
YRITYKSEN PERUSTAMINEN



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Logistiikan koulutusohjelma

Forssa 27.3.2012

Jyrki Mikkola



FORSSA
Logistiikan koulutusohjelma

Tekijä	Jyrki Mikkola	Vuosi 2012
Työn nimi	Yrityksen perustaminen	

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää yrityksen perustamiseen liittyviä asioita ja niiden merkitystä omalle perustettavalle yritykselle. Työn tavoitteena oli kehittää liikeideaa entisestään ja laatia liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle, jonka pääkohdat sisällytettiin itse työhön. Perustettavan yrityksen toimialoina ovat asiantuntijapalvelut yrityksille ja verkkokauppa. Toimeksiantajana toimi opinnäytetyön tekijä itse, sillä työ perustui tekijän omaan liikeideaan.

Työn teoriaosuus perustuu yrityksen perustamista koskevaan kirjallisuuteen, ohjeisiin ja lainsäädäntöön. Verkkokaupan osalta työ perustuu alan kirjallisuuden lisäksi eri sovellusten- ja palveluntarjoajien nettisivuihin. Työssä myös vertailtiin neljää erilaista verkkokauppasovellusta tutustumalla toimittajien tarjoamaan informaatioon ja käyttämällä sovellusten taustahallintaohjelmistoja. Vertailuun otettiin kolme kaupallista sovellusta ja yksi ilmainen sovellus ja lopputulokset esitettiin taulukoituna.

Opinnäytetyön merkittävämpänä tuloksena voidaan pitää verkkokauppasovellusten vertailua ja siinä saatua yllättävää tulosta. Vertailun parhaaksi osoittautui Smilehouse Oy:n tarjoama ilmaisohjelma Wosbee Free, jonka erinomaisuus perustui tasaisuuteen ja vähäisiin kustannuksiin. Wosbee pystyy tarjoamaan aloittavalle ja pienimuotoiselle verkkokaupalle lähes samat ominaisuudet kuin kilpailijoiden kaupalliset sovellukset. Työn toisena merkittävänä tuloksena voidaan pitää omien ajatusten ja liikeidean kehittämistä edelleen liiketoimintasuunnitelman muotoon.

Avainsanat yritys, yrittäjyys, yrityksen perustaminen, verkkokauppa

Sivut 46 s

FORSSA

Degree Programme in Logistics

Author

Jyrki Mikkola

Year 2012

Subject of Bachelor's thesis

Starting up a company

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to find out issues about starting up a company and what they mean in practice with the author's own company which is at the starting phase. The objective of the thesis was to develop the business idea further and compose a business plan. The main points of the business plan were also included in the thesis. The areas of businesses for the company are going to be expert services for companies and a web shop. The commissioner of the thesis was the author of the thesis, because the work was based on his own business idea.

Theory applied in the thesis was based on literature, regulations and laws concerning starting up a company. In the web shop area the thesis is based on literature and different net pages from software and service providers. One part of this was also comparing of four different web shop software applications by exploring information on suppliers' net pages and using control programs of the software. There were three commercial and one freeware software applications in the comparison.

The main result of the thesis was the surprising result in the web shop comparison. The winner of the comparison was Wosbee Free provided by Smilehouse Ltd. The win was based on evenness and zero costs. For small and rookie web shops Wosbee can offer almost the same attributes as commercial software. Another important result of the thesis was development of the author's own ideas to meet the requirements of the business plan.

Keywords enterprise, establishing, web shop

Pages 46 p



SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	YRITTÄJYYS	2
2.1	Sisäinen ja ulkoinen yrittäjyys	2
2.2	Yrittäjältä vaadittavia ominaisuuksia ja taitoja	2
2.3	Yrittäjyys Suomessa	4
3	YRITYKSEN PERUSTAMISEN VAIHEET	4
3.1	Liikeidea ja tahto ryhtyä yrittäjäksi	5
3.2	Liiketoimintasuunnitelma	6
3.3	Luvanvaraisuuden selvittäminen	8
3.4	Rahoituksen järjestäminen	8
3.5	Yritysmuodon valinta	9
3.5.1	Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi	9
3.5.2	Avoin yhtiö	10
3.5.3	Kommandiittiyhtiö	10
3.5.4	Osakeyhtiö	11
3.5.5	Osuuskunta	11
3.5.6	Verotus	12
3.6	Rekisteröinti ja muut perustamistoimet	14
3.6.1	Yrityksen nimen valinta	14
3.6.2	Rekisteröinti	15
3.6.3	Toimitilojen ja tarvittavien tarvikkeiden ja laitteiden hankinta	16
3.7	Vakuutukset	16
3.7.1	Yritystä koskevat vakuutukset	16
3.7.2	Yrittäjää koskevat vakuutukset	17
3.7.3	Työntekijää koskevat vakuutukset	18
3.8	Kirjanpito	20
3.9	Neuvontapalvelut	20
4	VERKKOKAUPPA	21
4.1	Verkkokaupan määritelmä ja erilaiset verkkokaupat	21
4.2	Verkkokaupassa myytävät tuotteet ja verkkokaupan neljä perusjalkaa	22
4.3	Verkkokaupan markkinointi	23
4.3.1	Verkkomainonta	23
4.3.2	Sähköpostimarkkinointi	24
4.3.3	Verkkokauppahakemistot	24
4.3.4	Hakukoneoptimointi	24
4.3.5	Markkinointi sosiaalisessa mediassa	25
4.4	Maksutavat ja toimitustavat	25
4.4.1	Suomen Verkkomaksut	26
4.4.2	Suomen Maksuturva	26

4.4.3	Checkout.....	27
4.4.4	Luottokunnan eMaksupalvelu	27
4.4.5	Laskutuspalvelut.....	28
4.4.6	Toimitustavat	28
5	VERKKOKAUPPASOVELLUSTEN VERTAILU	28
5.1	Omaverkkokauppa Mini.....	29
5.1.1	Tekniset ominaisuudet ja hinta.....	30
5.1.2	Refesenssit, käyttäjäystävällisyys ja käytettävyys	31
5.2	Valmiskauppa Vakio	32
5.2.1	Tekniset ominaisuudet ja hinta.....	32
5.2.2	Referenssit, käyttäjäystävällisyys ja käytettävyys.....	33
5.3	Kotisivukoneen Verkkokauppa	33
5.3.1	Tekniset ominaisuudet ja hinta.....	34
5.3.2	Referenssit, käyttäjäystävällisyys ja käytettävyys.....	35
5.4	Wosbee Free.....	35
5.4.1	Tekniset ominaisuudet ja hinta.....	35
5.4.2	Referenssit, käyttäjäystävällisyys ja käytettävyys.....	37
5.5	Yhteenvedo vertailusta.....	37
6	OMA YRITYS	38
6.1	Liikeidea.....	38
6.2	Asiantuntijapalvelut ja asiakkaat.....	39
6.3	Verkkokaupan tuotteet ja asiakkaat.....	40
6.4	Yritysmuodon valinta, rahoitus ja jatkotoimet.....	41
6.5	Toimitilat, sijainti ja markkina-alue	41
6.6	Tarvittavat palvelut ja vakuutukset	42
7	TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	42
	LÄHTEET	44

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä käsitellään oman yrityksen perustamiseen liittyviä asioita. Perustana työssä ovat yrityksen perustamiseen ja toimintaan liittyvä kirjallisuus, lainsäädäntö ja ohjeet. Toisena merkittävänä osa-alueena työssä on verkkokaupan nykytilan tarkastelu ja erilaisten verkkokauppasovellusten vertailu.

Yrityksen perustamiseen liittyy monenlaisia asioita ja vaiheita, jotka tulee huomioida jo ennen kuin yritystä lähdetään perustamaan. Huomioitavia asioita ovat mm. toimintaedellytysten selvitys, yritysmuodon valinta, lupa-asoiden selvittäminen, tarvittavien viranomaisilmoitusten tekeminen ja liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Tämän työn tarkoituksena on selvittää näitä asioita ja vaiheita keskittyen etenkin siihen, mitä ne tarkoittavat oman perustettavan yrityksen kohdalla. Tavoitteena on selvittää yksityiskohtia myöten eri asiat valmiiksi, jotta tulevan yrityksen perustaminen myöhemmin olisi helppoa ja nopeaa.

Perustettavan yrityksen toimialoina tulee olemaan asiantuntijapalveluiden myynti yrityksille ja verkkokauppa. Asiantuntijapalveluissa keskitytään toimitusketjun hallintaan sekä laatu-, ympäristö- ja turvallisuusasioihin. Verkkokaupan puolella keskitytään etenkin erilaisten käsin tehtyjen tuotteiden myyntiin kuluttajille. Tässä työssä asiantuntijapalveluita ja verkkokauppaa käsitellään pitkälti omina erillisinä kokonaisuuksina niiden erilaiseen luonteen vuoksi. Yhtenä tavoitteena on kuvata erilaisia palveluja ja tuotteita, joita yritys tulee myymään.

Työn alussa käsitellään teoriaa yrityksen perustamisesta ja verkkokaupasta. Nämä osiot perustuvat kirjallisuuteen, ohjeisiin, lainsäädäntöön ja sovellusten- ja palveluntarjoajien nettisivuihin. Käytännön osuus työstä on kolmessa viimeisessä luvussa. Työn merkittävimpana tuloksena on verkkokauppasovellusten vertailu, joka tehdään tutustumalla sovellusten toimittajien tarjoamaan informaatioon ja käyttämällä sovellusten taustahallintaohjelmia. Toisena merkittävänä tuloksena on liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja sen pääkohtien sisällyttäminen itse työhön. Henkilökohtaisena tavoitteena on, että opinnäytetyö toimii ohjenuorana tulevan yrityksen perustamisessa ja kehittämisessä.

2 YRITTÄJYYS

2.1 Sisäinen ja ulkoinen yrittäjyys

Yrittäjyys jaetaan monesti sisäiseen ja ulkoiseen yrittäjyyteen. Yrittäjyyden selkein muoto on ulkoinen yrittäjyys, jolla tarkoitetaan yrittäjänä toimimista eli oman yrityksen omistamista ja johtamista. Yrittäjä ottaa riskin ja vastuun monista asioista kuten liikeidean suunnittelusta ja kehittämisestä, tuotteiden ja palveluiden hinnoittelusta, markkinoinnista ja myynnistä, talousasioista ja henkilöstön johtamisesta. (Ulkoinen yrittäjyys 2010.)

Sisäisellä yrittäjyydellä puolestaan tarkoitetaan henkilön yrittäjämäistä toimintaa, joka voi näkyä eri alueilla kuten opiskelussa, työn haussa ja työntekijänä toimimisessa. Nykyisin jo työn hakemisessa on osattava myydä itsensä tulevalle työnantajalle esimerkiksi kertomalla, missä asioissa on hyvä, mitkä ovat omat osaamisalueet ja miten eroaa muista hakijoista. Työyhteisöissä sisäisellä yrittäjyydellä voidaan saavuttaa merkittäviä etuja, kun työpaikalla luodaan aktiivinen toimintapa ja lisätään siten työntekijöiden aloitteellisuutta ja omatoimisuutta. Aloitteellisuus ja omatoimisuus näkyvät edelleen parantuneena tehokkuutena, tuottavuutena ja asiakaspalveluna. Hyvä sisäinen yrittäjä tiedostaakin yrityksen liikeidean ja tavoitteet sekä oman merkityksensä yrityksen toiminnassa. Hyvän sisäisen yrittäjän ominaisuuksina voidaan pitää mm. luotettavuutta, esiintymistaitoa, itseluottamusta, luovuutta ja haasteellista asennetta työhön. (Wuorinen n.d.)

Määrittelemällä yrittäjyys laajasti ja jakamalla se kahteen osa-alueeseen pyritään korostamaan sitä, että yrittäjyys koskee oikeastaan kaikkia ihmisiä ja yrittäjän ominaisuuksia voi kukin löytää itsestään helposti. Näin myös voidaan madaltaa kynnystä ulkoiseen yrittäjyyteen, kun ymmärretään, että yrittäjämäistä toimintaa ja asennetta tarvitaan myös muilla elämänalueilla. Yrittäjämäistä toimintaa voi kukin löytää helposti esimerkiksi omasta työstään ja harrastuksistaan. Yrityksen palveluksessa olevien työntekijöiden on puolestaan hyvä muistaa, että toimimilla tehokkaasti, laadukkaasti ja aloitteellisesti eli yrittäjämäisesti ollaan ennen kaikkea turvaamassa omaa työpaikkaa.

2.2 Yrittäjältä vaadittavia ominaisuuksia ja taitoja

Ennen yrittäjäksi lähtemistä on hyvä pohtia sopiiko yrittäjäksi eli löytyykö itseltä yrittämisessä tarvittavia tietoja, taitoja ja ominaisuuksia. Yrityksen perustaminen kiinnostaa etenkin osaavia ihmisiä, joilla on uskoa itseensä ja uskallusta ottaa riskejä. Yrittäjiä löytyy monenlaisia, mutta tietyt ominaisuudet helpottavat yrittäjäksi ryhtymistä. Myös perustiedot ja -taidot ovat hyödyksi yrittäjälle. Omat ominaisuudet ja osaaminen on syytä arvioida realistisesti ja apuna voidaan käyttää ulkopuolisia henkilöitä tai yrittäjätestejä. Myös yrityksen toimiala vaikuttaa siihen minkälaisia ominaisuuksia, taitoja ja tietoja yrittäjältä vaaditaan. (Meretniemi & Ylönen 2008, 10.)

Meretniemi ja Ylönen (2008, 11) listaavat kirjassaan Yrityksen perustajan käsitkirja seuraavat asiat, joita tarvitaan onnistumiseen yrittäjänä:

Hyödylliset kyvyt ja taidot:

- organisointikyky
- stressinsietokyky
- ongelmienratkaisukyky
- kommunikointitaidot
- esimiestaidot
- taito hoitaa raha-asioita
- myynti- ja markkinointitaidot

Hyödyllisiä ominaisuuksia:

- sitkeys
- määrätietoisuus
- rohkeus
- energisyys
- luovuus
- realistisuus
- innostuneisuus
- joustavuus
- kärsivällisyys
- halu menestyä

Hyödyllisiä tietoja

- toimialan ja markkinoiden riittävä tuntemus
- perustiedot markkinoinnista
- perustiedot sopimusasioista
- perustiedot kirjanpidosta
- perustiedot verotuksesta

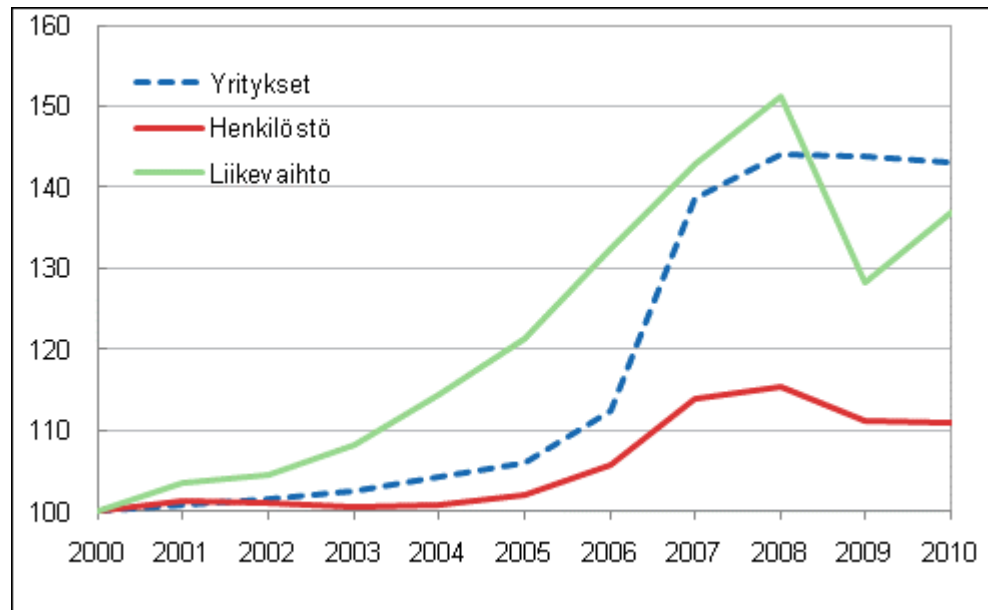
Muuta tarvittavaa

- hyvä liikeidea
- riittävä rahoitus
- asiakastarpeiden täyttäminen
- huolellinen suunnittelu

Yllä olevaa listaa voi pitää käteväenä tarkastuslistana, kun arvioi omia kykyjä ja mahdollisuuksia tulla toimeen yrittäjänä. Listan avulla löytää myös helposti ne osa-alueet, joissa on vahvoilla ja ne, joissa on eniten puutteita ja kehitettävää. Yhteenvetona eri ominaisuuksista, tiedoista ja taidoista voidaan todeta, että hyvä yrittäjä on ennen kaikkea toteuttaja ja aikaansaava. Erilaisia ajatuksia, ideoita ja suunnitelmia on periaatteessa helppo tehdä ja esittää, mutta todelliset kyvyt punnitaan silloin, kun pitäisi oikeasti tehdä jotain ja saada tuloksia aikaiseksi.

2.3 Yrittäjyys Suomessa

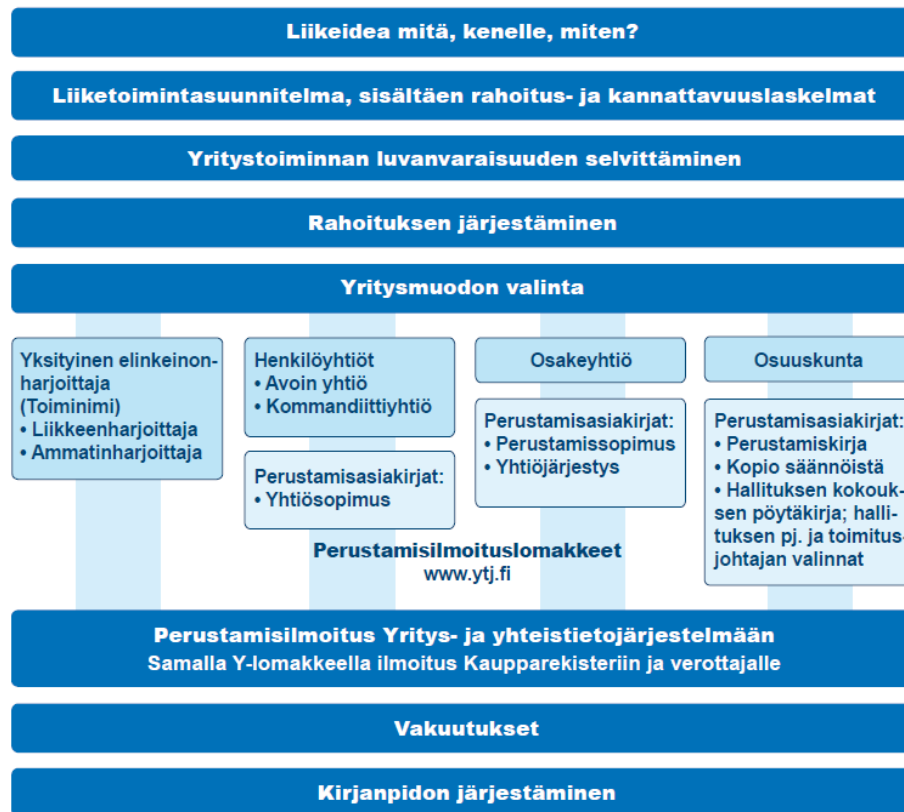
Suomessa toimi vuonna 2010 Tilastokeskuksen mukaan 318 951 yritystä, joiden yhteenlaskettu liikevaihto oli 358,9 miljardia euroa ja henkilöstön määrä 1 440 000. Vuoteen 2009 verrattuna yritysten määrässä laskua oli tullut 1 700 ja henkilöstön määrässä 3 400. Liikevaihto puolestaan kasvoi noin seitsemän prosenttia eli 22,7 miljardia euroa. Eniten yritysten määrä väheni kaupan alalla ja lisääntyi eniten sosiaali- ja terveystalouden alalla. Yrityksistä suurin osa eli peräti 99,1 prosenttia oli pieniä yrityksiä eli niitä, joiden henkilöstön määrä on alle 50. Henkilöstöstä pienet yritykset työllistivät 48 prosenttia ja liikevaihdosta niiden osuus oli 35 prosenttia. Keskisuuria eli 50–249 henkilöä työllistäviä yrityksiä oli 0,7 prosenttia ja yli 250 henkilöä työllistäviä suuria yrityksiä oli 0,2 prosenttia. Keskisuurten yritysten henkilöstön ja liikevaihdon osuudet kummatkin olivat 16 prosenttia kokonaisuudesta. Suurten yritysten osuus liikevaihdosta oli 49 prosenttia ja henkilöstöstä 36 prosenttia. Kuvassa 1 on esitetty yritysten lukumäärän, henkilöstön ja liikevaihdon kehitystä Suomessa 2000–2010. (Suomen virallinen tilasto 2011.)



Kuva 1 Suomen yritysten lukumäärän, henkilöstön ja liikevaihdon kehitys 2000–2010 (Suomen virallinen tilasto 2011).

3 YRITYKSEN PERUSTAMISEN VAIHEET

Yrityksen perustamiseen liittyy monia asioita ja vaihteita, jotka täytyy selvittää ja suunnitella mahdollisimman hyvin. Perustaminen lähtee liikkeelle liikeideasta ja halusta ryhtyä yrittäjäksi ja päättyy tarvittavien ilmoitusten tekemiseen viranomaisille sekä vakuutusten ja kirjanpidon järjestämiseen. Seuraavassa käydään läpi tärkeimmät vaiheet yrityksen perustamisessa. Perustamisen vaiheet on myös esitetty kuviossa 1.



Kuvio 1 Yrityksen perustamisen vaiheet (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 12.)

3.1 Liikeidea ja tahto ryhtyä yrittäjäksi

Yrityksen perustamisen voidaan katsoa lähtevän liikkeelle liikeideasta ja halusta ryhtyä yrittäjäksi. Pelkkä liikeidea ei riitä, jos henkilöllä itsellään ei ole halua tai uskallusta ryhtyä yrittäjäksi. Tällöin hyväkin liikeidea voi jäädä käyttämättä tai se käytetään toisen henkilön toimesta. Henkilön halua ryhtyä yrittäjäksi ja vaadittavia ominaisuuksia ei voi siis liikaa korostaa, koska ilman niitä moni hyväkin liikeidea saattaa jäädä käyttämättä.

Ennen liikeideaa saatetaan kuvata lyhyesti yrityksen toiminta-ajatus tai yritys-idea, joka kertoo lyhyesti, miksi yritys aiotaan perustaa ja mihin yrityksen olemassaolo perustuu. Liikeidea on tästä jalostetumpi muoto ja vastaa periaatteessa samoihin kysymyksiin. Liikeidea kertoo kaikessa yksinkertaisuudessaan, miten yritys hankkii tuloja ja vastaa kysymyksiin mitä, kenelle ja miten. Eli mitä tuotteita tai palveluita yritys tarjoaa? Kenelle tuotteita tai palveluita myydään eli mitkä ovat asiakasryhmät? Miten tuotteet tai palvelut tuotetaan, myydään, markkinoidaan ja toimitetaan? Liikeidea onkin perusta, jolle yrityksen toimintaa lähdetään rakentamaan ja se määrittelee esimerkiksi sen, miten yrityksestä saadaan kannattava. (Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 52; Meretniemi & Ylönen 2008, 19.)

Liikeidean voi löytää tai kehittää monella eri tavalla. Liikeidean ei välttämättä tarvitse olla omaperäinen tai loistava, kunhan yritys pystyy toimimaan kannattavasti. Erilaisia tapoja löytää liikeidea ovat oman osaamisen hyödyntäminen, vanhojen ideoiden hyödyntäminen, uusien ideoiden keksiminen, valmiin yrityksen ostaminen, franchising ja agentuuritoiminta. Oman osaamisen hyödyntämisessä on kyse esimerkiksi harrastusten tai ammattitaidon kautta saadusta osaamisesta, jota hyödynnetään edelleen liiketoiminnassa ja omassa yrityksessä. Esimerkkejä tästä ovat mm. kampaamo, leipomo ja autokorjaamo. Vanhojen ideoiden hyödyntämisessä puolestaan kehitetään jo olemassa olevia ideoita, palveluja ja tuotteita entistä paremmiksi tai sovelletaan niitä uusilla aloilla. Markkinoille voidaan myös tuoda uusia palveluja tai tuotteita. Uusien tuotteiden tai palveluiden taustalla voi olla joko uusien tarpeiden luonti asiakkailla tai tarpeen havaitseminen, johon aikaisemmin ei ole kiinnitetty huomiota. (Meretniemi & Ylönen 2008, 20.)

Liikeidean voi löytää myös ostamalla valmiin yrityksen, jolloin saadaan valmiina liikeidea, asiakkaat ja toimintakonsepti. Tällöin toimintakin käynnistyy nopeasti kun jatketaan valmiin yrityksen pohjalta ja omia suunnitelmia ei ainakaan aluksi juuri tarvita. Valmiin yrityksen ostaminen vaatii tietenkin pääomia ja haittana saattaa olla lisäksi toimintakonseptin erilaisuus verrattuna omiin ajatuksiin. Vaarana voi olla esimerkiksi asiakkaiden menetys, kun omistajien vaihduttua toimintaa aletaan kehittää uuteen suuntaan. Toinen tapa liikeidean ostamisessa on franchising-yrittäjyys, jossa valmista toimintamallia tarjotaan yrittäjille. Yrittäjä maksaa monesti liittymisrahaa ja liikevaihtoon perustuvaa vuosittaista maksua. Franchising-sopimuksessa rajoitetaan usein myös yrittäjän toimintavapauksia, mutta toisaalta valmiilla konseptilla päästään helpommin tuottoisaan toimintaan. Agentuuritoiminnassa puolestaan kauppaedustaja toimii itsenäisenä yrittäjänä ja sitoutuu edistämään päämiehensä tavaroiden tai palveluiden myyntiä lähinnä tukkuliikkeille ja muille yrittäjäasiakkaille. (Meretniemi & Ylönen 2008, 21; Ilmoniemä ym. 2009, 57–59.)

3.2 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma on kokonaisvaltainen suunnitelma yrityksen toiminnasta, jossa analysoidaan, perustellaan ja täsmennetään liikeideaa. Liiketoimintasuunnitelma on koko yritystoiminnan perusta ja tärkeä ohjenuora, kun yritystä perustetaan ja liiketoimintaa kehitetään. Liiketoimintasuunnitelma laaditaan ennen kaikkea yrittäjää itseään varten yrityksen toiminnan ohjaamista ja seurantaa varten. Myös rahoittajat ovat kiinnostuneita liiketoimintasuunnitelmasta ja siihen liittyvistä laskelmista. Usein hyvä liiketoimintasuunnitelma ja laskelmat ovatkin edellytys rahoituksen ja eri yritystukien saamiselle. (Meretniemi & Ylönen 2008, 24.)

Liiketoimintasuunnitelmaa varten on olemassa erilaisia valmiita pohjia ja kysymyslistoja, jotka auttavat suunnitelman laadinnassa. Hyvä pohja löytyy esimerkiksi Suomen Uusyrityskeskukset ry:ltä, joka on julkaissut liiketoimintasuunnitelman laadintaa varten nettipalvelun. Palvelusta löytyy myös pohjat

valmiine kaavoineen erilaisia laskelmia varten. Palvelu löytyy osoitteesta www.liiketoimintasuunnitelma.com. Vastaava pohja on myös esitelty Perustamisoppaassa alkavalle yrittäjälle 2011 (2011, 34–39), jonka osa-alueet ja pääsisältö ovat seuraavat:

1. Liikeidean kuvaus

Mitä myydään, kenelle ja miten?

2. Osaaminen

Kuvataan oma osaaminen kuten koulutus, työkokemus, taidot ja yrittäjäkokemus. Lisäksi on hyvä arvioida omat vahvuudet ja heikkoudet ja miten heikkouksia voi kehittää esim. mitä lisäkoulutusta tarvitsee.

3. Tuote tai palvelu

Kuvataan yrityksen tarjoamat tuotteet ja palvelut sekä mitä heikkouksia ja vahvuuksia niissä on verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin. Lisäksi tärkeää on selvittää hintataso markkinoilla ja hinnoitella omat tuotteet.

4. Asiakkaat ja markkinat

Kuvataan mm. asiakkaat ja kohderyhmät, asiakkaiden ostotottumukset, omat keinot asiakkaiden saamiseen, miten asiakkaat löytävät tuotteet ja palvelut sekä millä perusteilla asiakkaat valitsevat sen keneltä ostavat tuotteen tai palvelun.

5. Markkinat ja kilpailijat

Kuvataan mm. markkinatilanne toimialalla, kysynnän ja tarjonnan suhde, yleinen hinta- ja laatutaso, alan kannattavuus, pahimmat kilpailijat ja heidän vahvuudet ja heikkoudet sekä erottuminen kilpailijoista.

6. Oma yritys

Kuvataan oman yrityksen toimintatavat ja resurssit eli esimerkiksi mikä on yrityksen nimi, missä toimitiloissa toimitaan, mitä tuotantovälineitä ja henkilökuntaa tarvitaan, miten tuotteita ja palveluita myydään ja markkinoidaan sekä mitä vakuutuksia tarvitaan.

7. Kirjanpito ja talouden suunnittelu

Kuvataan miten yrityksen kirjanpito hoidetaan ja sen kustannukset, mitä apuvälineitä tarvitaan, miten rahoitus järjestetään, kuinka pitkäksi aikaa rahoitus riittää ja kauanko riittävän myynnin saaminen kestää sekä mitä neuvontaa tarvitaan esim. tilinpäätöksen suunnitteluun ja budjetointiin.

Näiden lisäksi liiketoimintasuunnitelman liitteeksi laaditaan erilaisia talouslaskelmia. Uusyrityskeskusten verkkopalvelusta löytyy valmiit pohjat rahoitus-, kannattavuus- ja myyntilaskelmalle. Liiketoimintasuunnitelmaan sisällytetään usein myös SWOT-analyysi, jonka voi tehdä joko aivan aluksi tai lopuksi. SWOT-analyysillä arvioidaan liikeidean vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

3.3 Luvanvaraisuuden selvittäminen

Suomessa on yleisenä käytäntönä elinkeinovapaus, mutta tietyille toimialoille on määrätty lainsäädännöllä luvanvaraisuus. Luvanvaraisuudella pyritään suojaamaan kuluttajia ja ympäristöä sekä yleistä turvallisuutta. Toimialasta ja tapauksesta riippuen lupia myöntävät kunnan ja kaupungin viranomaiset, poliisipiirit, aluehallintovirastot ja ministeriöt. Joillakin aloilla erillistä lupaa ei tarvita vaan pelkkä ilmoitus riittää. Ennen toiminnan aloittamista on syytä tarkastaa, kuuluko oman yrityksen toiminta luvanvaraisiin tai ilmoitusvelvollisuutta vaativiin toimialoihin sekä mitä luvanvaraiselta toiminnalta edellytetään. Luvanvaraisia toimialoja ovat esimerkiksi terveydenhuollon palvelut, sairaankuljetus, ammattiliikenne, polttoaineiden kauppa, asekauppa, sähköasennukset ja matkatoimistopalvelut. Ilmoitusvelvollisuus koskee mm. elintarvikkeiden myyntiä, kuntosalipalveluja, hierontapalveluja ja kiinteistönvälitystä. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 20.)

3.4 Rahoituksen järjestäminen

Yritystoiminnan aloittaminen vaatii aina rahaa. Rahoituksen määrä riippuu pitkälti toimialasta ja tulevan yrityksen toimintamalleista. Vähiten rahaa tarvitaan sivutoimisessa yrityksessä ja omaan asiantuntijuuteen ja osaamiseen perustuvassa palveluyrityksessä. Rahoituksen tarve tulee arvioida mahdollisimman tarkasti esimerkiksi rahoituslaskelman avulla. Lisäksi on hyvä määritellä se, kuinka paljon on itse valmis sijoittamaan yritystoimintaan rahaa eli mikä on henkilökohtainen riski. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 13.)

Aloittavalle yrittäjälle ensimmäisiä rahan lähteitä ovat yleensä omat ja lähipiirin säästöt. Tämän jälkeen kysymykseen tulee pankin ja Finnveran myöntämät lainat. Finnveran tarkoituksena on mahdollistaa rahoituksen saanti sellaisille yrityksille, joilla ei ole riittävää vakuus- tai omarahoitusosuutta, mutta toiminnassa on muuten mahdollisuus kannattavuuteen. Finnvera ja pankit tekevät rahoituksia yhteistyössä keskenään. Finnveran tarjoamia rahoitusmuotoja ovat mm. pientakaushuolto, pienlaina ja yrittäjälaina. Muita mahdollisia rahoituslähteitä ovat mm. Sitran rahoitus ja Tekesin rahoitus sekä tietenkin yksityisten sijoittajien sijoitukset. Yksi mahdollisuus on ns. businessenkelit eli yksityiset sijoittajat, jotka sijoittavat potentiaalisesti yrityksiin rahaa ja saavat osuuden yrityksestä ja toimivat neuvonantajina alkuvaiheissa. Toiminnan vakiintuessa he yleensä vetäytyvät pois yrityksen toiminnasta ja myyvät osuutensa. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 13; Meretniemi & Ylönen 2008, 76–81.)

Yksi suosittu tukimuoto aloittaville yrittäjille on starttiraha, joka on valtion myöntämää harkinnanvaraista tukea yrittäjälle. Starttiraha on tarkoitettu työttömille työnhakijoille ja muille yrittäjiksi ryhtyviksi. Tuen tarkoituksena on turvata yrittäjän omaa toimeentuloa yritystoiminnan alkuvaiheessa. Starttirahaa voidaan myöntää useammalle samassa yrityksessä toimivalle yrittäjälle. Yrittäjälle ei saa olla muita tulonlähteitä kuin alkavan yritystoiminnan tulot. Tuen myöntää Työ- ja elinkeinotoimisto ja sen määrä vaihtelee 530–860 eu-

roon. Tukea voidaan myöntää enintään 18 kuukauden ajaksi. Starttirahan saamisen edellytykset ovat seuraavat:

- hyvä liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma
- rahoitusuunnitelma
- realistinen kannattavuuslaskelma
- henkilön soveltuminen yrittäjäksi
- yrittäjäkokemus tai -koulutus
- yritystä ei ole perustettu ennen tuen myöntämisestä
- yritystoiminta ei käynnistyisi ilman tukea
- starttirahan myöntäminen ei vääristä kilpailua
- hakija ei saa muuta valtionapua omiin palkkakustannuksiinsa.

(Meretniemi & Ylönen 2008, 82–83; Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 14).

ELY-keskuksista (entinen TE-keskus) voidaan hakea lukuisia tukia, joista osa on tarkoitettu aloittaville yrityksille. Keskuksesta voi hakea esimerkiksi tukea yrityksen alkuvaiheessa palkka- ja markkinointikustannuksiin. Ehtona on se, ettei starttirahaa ole haettu ja joissain tapauksissa yrityksen sijoittuminen yrityshautomoon. Keskuksista voi hakea myös monia muita tukia kuten investointitukea, yrityksen kehittämistukea, energiatukea ja maatilojen tukia. (Meretniemi & Ylönen 2008, 84–85.)

3.5 Yritysmuodon valinta

Yritysmuodon valinta on yksi tärkeimmistä vaiheista yrityksen perustamisessa. Valittava yritysmuoto vaikuttaa mm. pääoman tarpeeseen, verotukseen, yrittäjien määrään, yrityksen hallintoon ja vastuisiin. Suomessa yritykset voidaan jakaa kahteen päätyyppiin eli henkilöyrityksiin ja pääomayrityksiin. Henkilöyrityksiä ovat toiminimi, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö ja pääomayrityksiä osakeyhtiö ja osuuskunta.

3.5.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi

Toiminimen eli yksityisliikkeen perustaminen ja lopettaminen on eri yritysmuodoista kaikista helpointa, halvinta ja nopeinta. Toiminimen perustajia ja harjoittajia ovat elinkeinon-, ammatin- ja liikkeenharjoittajat. Yrityksen toiminta perustuu yleensä yrittäjän omaan osaamiseen, ammattitaitoon ja työpanokseen, mutta toiminimi voi myös palkata työntekijöitä palvelukseensa. Toiminimi soveltuu yksittäisen henkilön tai perheen liiketoiminnan harjoittamiseen ja sitä käytetään usein myös silloin, kun on kysymys sivutoimisesta yrittäjyydestä. Toiminimen pääomaa ei ole laissa määrätty, mutta käytännössä yrittäjä sijoittaa omaa rahaa yrityksen toiminnan aloittamiseen. Yritys syntyy juridisesti, kun elinkeinonharjoittaminen aloitetaan. (Meretniemi & Ylönen 2008, 42.)

Yksityinen elinkeinonharjoittaja edustaa itse yritystä eli hän tekee itse tai yhdessä perheenjäsentensä kanssa kaikki yritystä koskevat päätökset. Yrittäjä on vastuussa yrityksen sitoumuksista ja riskeistä koko henkilökohtaisella omaisuudella. Palkkaa yrittäjä ei voi nostaa toiminimestä vaan varoja yrityksestä otetaan yksityisottoina. Toiminimeä varten kannattaa avata oma pankkitili, jotta omat ja yrityksen varat pysyvät erillään ja yrityksen taloutta on selkeä seurata. Toiminnan ja liikevaihdon kasvaessa kannattaa yleensä harkita yritysmuodon vaihtamista. (Meretniemi & Ylönen 2008, 43.)

3.5.2 Avoin yhtiö

Avoin yhtiö soveltuu etenkin pienen ja keskisuuren perheyriksen yritysmuodoksi. Avoimen yhtiön muodostavat kaksi tai useampi yhtiömies, jotka voivat olla luonnollisia henkilöitä tai yhteisöjä. Avoimelle yhtiölle voidaan valita toimitusjohtaja ja hallitus sekä tarvittaessa pitää yhtiömiesten kokous, mutta pakollisia nämä eivät ole. Avoimen yhtiön voi muuttaa kommandiittiyhtiöksi, kun siihen otetaan sijoittajaksi äänetön yhtiömies tai sovitaan jonkin yhtiömiehen vastuun rajoittamista koskemaan vain sijoituspanosta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 44.)

Yhtiö syntyy yhtiösopimuksen allekirjoittamisella, ellei muuta sovita syntyhetkestä. Yrityksen pääoma on vapaasti sovittavissa ja se voidaan perustaa myös ilman rahapanosta. Yhtiömiehet ovat vastuussa henkilökohtaisella omaisuudellaan yrityksen veloista ja velvoitteista. Yhtiömiesten kesken tulee olla hyvä luottamus, sillä kukin yhtiömies voi tehdä yhtiötä koskevia oikeustoimia, joista luonnollisesti myös muut yhtiömiehet ovat vastuussa. Nimenkirjoitusoikeutta voidaan kuitenkin rajata yhtiömiesten sopimuksella koskemaan esim. vain yhtä yhtiömiestä tai kahta yhtiömiestä yhdessä. Yhtiömiehet voivat nostaa rahaa yhtiöstä yksityisottoina ja heille voidaan myös maksaa palkkaa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 45.)

3.5.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiö on hyvä yritysmuoto silloin, kun yrityksen tarvitaan lisärahoitusta ja rahoittaja haluaa pysyä ulkona yrityksen päivittäisestä toiminnasta. Rahoittaja eli äänetön yhtiömies rajaa myös vastuunsa koskemaan vain sijoituksensa suuruutta. Kommandiittiyhtiö voidaan muuttaa avoimeksi yhtiöksi muuttamalla yhtiösopimus siten, ettei yhtiöön jää yhtään äänetöntä yhtiömiestä. Kommandiittiyhtiössä vastuunalaiset yhtiömiehet vastaavat yhtiön päivittäisestä toiminnasta, tekevät yritystä koskevat päätökset ja vastaavat veloista ja velvoitteista. Äänetön yhtiömies toimii vain rahoittajana ja saa sijoitukselleen korkoa mikäli yritys tekee voittoa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 46.)

Kommandiittiyhtiö syntyy yhtiömiesten välisellä kirjallisella sopimuksella, jossa tulee määritellä äänettömän yhtiömiehen sijoitus ja osuus voitosta. Perustajia vaaditaan vähintään kaksi, joista ainakin yhden on oltava vastuunalai-

nen yhtiömies. Perustajat voivat olla luonnollisia henkilöitä tai yhteisöjä. Kommandiittiyhtiöllä voi olla toimitusjohtaja ja hallitus sekä tarvittaessa voidaan pitää yhtiömiesten kokouksia, mutta pakollisia nämä eivät ole. (Meretniemi & Ylönen 2008, 47.)

3.5.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiö on hyvä valinta yritysmuodolle etenkin, kun tarvitaan paljon pääomaa tai perustajia on useita. Osakeyhtiön tarkoituksena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, ellei yhtiöjärjestyksessä ole toisin sovittu. Osakeyhtiöt voidaan jakaa kahteen luokkaan eli yksityisiin osakeyhtiöihin (Oy) ja julkisiin osakeyhtiöihin (Oyj). Erona näissä on se, että julkisen osakeyhtiön osakkeet on noteerattu pörssissä. Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö. Osakkaiden vastuu rajoittuu vain sijoitetun rahamäärän suuruuteen. Osakkaina voi olla myös pelkkiä sijoittajia eli he eivät osallistu yrityksen päivittäiseen toimintaan vaan osallistuvat pelkästään yhtiökokoukseen. Osakeyhtiö perustetaan perustamiskokouksessa ja juridisesti se syntyy, kun se rekisteröidään kaupparekisteriin. (Meretniemi & Ylönen 2008, 50–51.)

Osakkaat ovat vastuussa yhtiön veloista vain sijoittamansa osakepääoman verran, mutta monesti yrittäjäosakas takaa yrityksen lainoja omalla omaisuudella etenkin toiminnan alkuvaiheessa. Osakeyhtiöllä on oltava hallitus jonka valinnan tekee yhtiökokous. Pienemmissä yhtiöissä riittää yksi jäsen ja varajäsen hallitukseen. Mikäli yhtiön osakepääoma on yli 80 000 euroa, tulee hallituksessa olla vähintään kolme jäsentä ja lisäksi yhtiöllä tulee olla toimitusjohtaja. Hallitus ja toimitusjohtaja ovat vastuussa tekemistään päätöksistään ja siitä, että yrityksen toiminta ja hallinto on asianmukaisesti järjestetty. Julkisis- sa osakeyhtiöissä saattaa olla lisäksi hallintoneuvosto, jonka valitsee yhtiökokous. (Meretniemi & Ylönen 2008, 51.)

Osakeyhtiön osakepääoman tulee olla maksettuna yrityksen tilille ennen kuin yritys rekisteröidään kaupparekisteriin. Yksityisessä osakeyhtiössä osakepääoman määrä on vähintään 2 500 euroa ja julkisessa osakeyhtiössä vähintään 80 000 euroa. Osakepääomaksi kelpaa rahan lisäksi muukin omaisuus kuten koneet ja laitteet. Rahaa osakkeenomistajat voivat saada yhtiöstä palkkana työpanosta vastaan, osinkotuloina tai lainana voitonjakokelpoisten varojen rajoissa turvaavaa vakuutta vastaan. Osinkoja voi maksaa vasta ensimmäisen voitollisen tilinpäätöksen jälkeen ja nostoajan voi valita yrittäjän verotuksen kannalta edullisimmaksi. Osingonjakopäätös tehdään yhtiökokouksessa ja monesti osinko määritellään tiettyinä prosenttina osakkeen nimellisarvosta laskettuna. (Meretniemi & Ylönen 2008, 52.)

3.5.5 Osuuskunta

Osuuskunnan tarkoituksena on jäsentensä talouden ja elinkeinon tukeminen yhteistoiminnalla. Tarkoituksena voi olla myös aatteellisen toiminnan edistä-

minen. Osuuskunnan perustamiseen tarvitaan vähintään kolme luonnollista henkilöä tai oikeushenkilöä. Yleensä osuuskunnan jäsenet osallistuvat toimintaan, jolloin on kyse ennen kaikkea jäsenten talouden ja elinkeinon tukemisesta. Joissain tapauksissa jäsenet toimivat osuuskunnan asiakkaina ja saavat etuja ostaessaan palveluja ja tuotteita osuuskunnalta (esim. SOK ja Tapiola). Jäsenet maksavat osuusmaksun liittyessään jäseneksi osuuskuntaan. Osuusmaksu on kaikille yhtä suuri ja se muodostaa osuuskunnan peruspääoman. Lisäksi voidaan maksaa erillinen liittymismaksu. Erotessaan osuuskunnasta jäsen saa takaisin osuusmaksun, mutta liittymismaksua ei makseta takaisin. (Meretniemi & Ylönen 2008, 48.)

Osuuskunta perustetaan perustamiskokouksessa ja virallisesti se syntyy, kun se on merkitty kaupparekisteriin. Osuuskuntaan on helppo ottaa uusia jäseniä ja toisaalta siitä on myös helppo erota. Jäsenet ovat vastuussa osuuskunnan velvoitteista vain osuusmaksunsa määrän verran. Osuuskunnan hallintoa hoitaa hallitus, joka voi valita myös toimitusjohtajan. Ylin päättävä elin osuuskunnassa on osuuskunnan kokous, johon voi osallistua kaikki jäsenet. Isommissa osuuskunnilla on usein myös edustajisto ja hallintoneuvosto. Osuuskunta voi jakaa tuottamaansa voittoa jäsenilleen ja myös palkkaa voidaan maksaa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 49.)

3.5.6 Verotus

Yritysmuodon valintaan yksi keskeisesti vaikuttava tekijä on se, miten eri yritysmuotoja verotetaan. Suomessa verotus voidaan jakaa välittömiin ja välillisiin veroihin. Välittömiä veroja ovat tuloverot ja välillisiä arvonlisävero ja valmisteverot. Verotuksellisesti edullisinta yritysmuotoa ei voi yksiselitteisesti määrittellä vaan kysymys on aina tapauskohtaisesta harkinnasta, johon vaikuttaa monet asiat kuten voiton määrä, maksetut palkat ja yrityksen nettovarallisuus.

Luonnollisen henkilön kaikki tulot jaetaan pääoma- ja ansiotuloihin, joita verotetaan eri tavalla. Ansiotulojen verotus on kevyempää 20 000–28 000 euron tuloihin saakka. Pääomatuloiksi lasketaan mm. korkotulo, vuokratulo ja pörs-siyhtiöltä saatu osinkotulo. Ansiotuloja ovat mm. työsuhteesta saatu palkka ja eläkkeet. (Meretniemi & Ylönen 2008, 54–55.)

Yksityistä toiminimeä ei veroteta erikseen, vaan sen tulos katsotaan aina olevan yrittäjän tuloa ja verotetaan sen perusteella. Tulos lasketaan vähentämällä veronalaisesta tulosta sen hankkimisesta aiheutuneet menot. Toiminimen verotus on vähän kevyempää kuin palkansaajalla vastaavilla tuloilla. Toiminimen tulosta osa verotetaan pääomatulona ja osa ansiotulona. Pääomatuloksi lasketaan 20 prosenttia yrityksen nettovarallisuudesta, jota verotetaan 28 prosentin verokannan mukaan. Lopusta tuloksesta maksetaan vero progressiivisesti kuten vastaavasta palkkatulosta. Nettovaroihin lisätään myös 30 prosenttia toiminimen 12 kuukauden aikana maksetuista palkoista. Pääomatulon osuudeksi voi vaatia 10 prosenttia, jolla voidaan keventää verorasitusta silloin

kun tulot ovat alhaiset. Verojen raskautta voi keventää myös ottamalla perheenjäsenet mukaan jakamaan tuloja joko tasan tai erikseen osoitetuissa suhteissa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 56.)

Avoimen yhtiön verotus on pitkälti samanlaista kuin toiminimen. Avointa yhtiötä ei veroteta erikseen, vaan sen tulos verotetaan yhtiömiesten tuloina. Tulos jaetaan yhtiömiehille yhtiösopimuksen mukaisesti ja jokaisen tuloa verotetaan erikseen. Avoimen yhtiön nettovarallisuudesta 20 prosenttia katsotaan pääomatuloksi. Nettovarallisuuteen lasketaan myös 30 prosenttia vuoden aikana maksetuista palkoista. Yhtiömiehille voidaan maksaa palkkaa, luontaisetuja, kilometrikorvauksia ja päivärahoja, joiden ansiosta avoin yhtiö on monesti verotuksellisesti perheyritykselle edullisempi kuin toiminimi. (Meretniemi & Ylönen 2008, 57.)

Kommandiittiyhtiössä verotus on samantapaista kuin avoimessa yhtiössä. Yhtiön tuloksesta vähennetään ensin äänettömän yhtiömiehen osuus ja loput tuloksesta jaetaan vastuunalaisille yhtiömiehille, joita verotetaan kuten avoimen yhtiön ja toiminimen tapauksissa. Yhtiön maksamista palkoista 30 prosenttia voidaan laskea nettovarallisuuteen, joka oikeuttaa pääomatuloon. Lisäämällä yhtiömiesten määrää voidaan keventää yhteenlaskettua veroraskautta. Myös kommandiittiyhtiö voi maksaa palkkaa ja luontaisetuja, jotka ovat yritykselle vähennyskelpoisia kuluja verotuksessa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 58.)

Osakeyhtiö on erillinen verovelvollinen eli yhtiö maksaa veroa voitostaan ja osakas osingoistaan. Osakeyhtiössä veroja on monesti helpompi suunnitella kuin henkilöyhtiössä, koska yrittäjä voi vaikuttaa voittojen tulouttamisaikaan ja harkita maksaako itselleen palkkaa vai osinkoja tai molempia. Osakeyhtiön tuloksesta maksetaan 26 prosentin yhteisövero. Maksettuja palkkoja ei lisätä yrityksen nettovarallisuuteen. Osingoista maksettava vero riippuu osingon suuruudesta ja suhteesta nettovarallisuuteen. Yksityisessä osakeyhtiössä osinko on kokonaan verovapaata jos osingon määrä on alle 90 000 euroa eikä määrä ylitä 9 prosenttia yrityksen nettovarallisuudesta. Mikäli osinkoa maksetaan yli 90 000 euroa ja summa pysyy 9 prosentin nettovarallisuussäännön sisällä, niin ylityksestä 30 prosenttia on verovapaata ja 70 prosentin osuudesta maksetaan pääomaveroa. Jos osingon suuruus ylittää 9 prosentin nettovarallisuussäännön, ylimenevästä osuudesta 70 prosenttia verotetaan ansiotuloina. Julkisissa osakeyhtiöissä osingoista maksetaan veroa 70/30 säännön mukaan eli esimerkiksi 10 000 euron osingoista 3000 euroa on verovapaata ja 7000 eurosta maksetaan pääomaveroa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 59; Ilmoniemi ym. 2009, 323–324.)

Osuuskunnan verotus on samanlaista kuin osakeyhtiön. Osuuskunnan tuloksesta maksetaan yhteisövero 26 prosenttia. Jäsenille ei makseta osinkoja vaan mahdollinen voitto tilitetään osuuspääoman korkona tai ylijäämäpalautuksena. Työosuuskunnassa ylijäämäpalautus verotetaan jäsenen palkkatulona. (Meretniemi & Ylönen 2008, 58.)

Välillisistä veroista merkittävimpana voidaan pitää arvonlisäveroa, joka on yleinen kulutusvero ja koskee lähes kaikkia myytäviä tavaroita ja palveluja. Vain tietyt arvonlisäverolaissa mainitut tavarat ja palvelut ovat arvonlisäverosta vapaita. Arvonlisäverovelvollisuus koskee yrityksiä joiden liikevaihto on yli 8 500 euroa. Arvonlisäverossa oleellisinta on ymmärtää, että kyseessä ei ole periaatteessa yritysvero vaan se peritään viime kädessä kuluttajilta, mutta veron tilitys ja raportointi tehdään yritysten toimesta. Yritys saa vähentää omien ostojensa arvonlisäverot eli tilitettävä määrä verottajalle on myynnin ja oston arvonlisäverojen välinen erotus. Arvonlisäveron osuus tulee erottaa laskuihin ja arvonlisäverollinen hinta lasketaan lisäämällä verottomaan hintaan verokanta joka tavarasta ja palvelusta riippuen on 23, 13 tai 9 prosenttia. (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 22.)

Vuodelle 2012 verotusta ollaan hieman muuttamassa. Yritysten kannalta oleellisimpia muutoksia ovat yhteisöverokannan pienentäminen 1,5 prosenttiyksiköllä 24,5 prosenttiin ja pääomaverokannan korottaminen 30 prosenttiin. Pääomatuloja ollaan myös muuttamassa progressiiviseksi eli 50 000 euroa ylittävältä osuudelta verokanta on 32 prosenttia. Lisäksi yksityisten osakeyhtiöiden verovapaan osingon määrää ollaan alentamassa 90 000 eurosta 60 000 euroon. Näiden lisäksi eräitä välillisiä veroja ollaan korottamassa kuten alkoholiveroa, makeisveroa ja lehtien arvonlisäveroa. (Valtiovarainministeriö 2011.)

3.6 Rekisteröinti ja muut perustamistoimet

3.6.1 Yrityksen nimen valinta

Yrityksen nimen eli virallisesti toiminimen valintaan tulee kiinnittää huomiota. Nimen perusteella yrityksen tulisi erottua muista saman ja muiden toimialojen yrityksistä. Nimen olisi hyvä olla kansainvälinen vaikka tarkoitus olisi-kin toimia aluksi vain Suomen markkinoilla. Kansainväliset vienti- ja tuontikuviot saattavat tulla myöhemmin eteen jolloin nimen muuttaminen saattaisi haitata kotimaan markkinoita. Yrityksen nimi on osa markkinointiviestintää eli se kertoo osaltaan millaisesta yrityksestä on kyse. Nimen tulisi olla helposti muistettava, myyvä, selkeä ja yleisimmissä kielissä hyväksyttävä. Nimi ei myöskään saa olla harhaanjohtaja tai hyviä tapoja loukkaava. Yrityksen nimi hyväksytetään Patentti ja rekisterihallituksessa, jossa tarkastetaan nimestä yritysmuodon tunnus, yksilöllisyys, erottuvuus, sekoitettavuus muihin yrityksiin ja sukunimiin verrattuna. Etukäteen voi tarkastaa, onko suunniteltu nimi tai sitä muistuttava nimi jo käytössä sekä miettiä muutamia eri nimivaihtoehtoja. (Meretniemi & Ylönen 2008, 128.)

Yrityksellä voi olla lisäksi käytössä yksi tai useampi aputoiminimi, jolla se harjoittaa osaa toimintaansa. Aputoiminimi on varsinkin silloin hyvä, kun sama yritys harjoittaa kahta eri toimialaa. Yrityksellä voi olla myös erikielisiä rinnakkaistoiminimiä. Rinnakkaistoiminimi on mainittava avoimen yhtiön tai

kommandiittiyhtiön yhtiösopimuksessa, osuuskunnan säännöissä tai osakeyhtiön säännöissä. Erikielisten rinnakkaistoiminimien tulee sisällöltään vastata toisiaan. Yritysmuodon tunnuksina käytetään lyhennyksiä tai koko sanaa esim. osakeyhtiön nimessä tulee olla joko lyhenne oy tai sana osakeyhtiö. Avoimen yhtiön kohdalla lyhennettä ei virallisesti hyväksytä. Yksityisen elinkeinonharjoittajalla tunnus ei ole pakollinen, mutta yleisesti käytössä on joko lyhenne tmi tai sana toiminimi. (Meretniemi & Ylönen 2008, 129.)

3.6.2 Rekisteröinti

Aloittava yritys joutuu jättämään erilaisia ilmoituksia ja joissakin tapauksessa hankkimaan lupia toimintaansa. Yrityksen perustamisilmoitus on kaupparekisteriin tehtävä ilmoitus joka lähetetään Patentti- ja rekisterihallitukseen. Samalla lomakkeella voi yritys ilmoittautua arvonnäkövelvolliseksi, ennakkoperintärekisteriin ja työnantajarekisteriin. Rekisteröinnissä tulee huomioida kunkin yritysmuodon yksityiskohtaiset ohjeet, jotka löytyvät esimerkiksi Patentti- ja rekisterihallituksen nettisivuilta. Esimerkiksi yksityisen elinkeinonharjoittajan ei tarvitse aina tehdä perustamisilmoitusta. Käytännössä yksityisen elinkeinonharjoittajan kannattaa rekisteröinti tehdä, jotta saa yksinoikeuden toiminimeen. Ennen rekisteröintiä tulee suorittaa rekisteröintimaksu (taulukko 1), jonka suuruus vaihtelee yritysmuodosta riippuen. Rekisteröinnissä määritellään myös yrityksen pääasiallinen toimiala, jolla se toimii. Rekisteröinnin yhteydessä yritys saa Y-tunnuksen ja kaupparekisteriotteen, joka on virallinen todistus yrityksen olemassaolosta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 130–131.)

Rekisteröintiin liittyvät asiat kannattaa selvittää tarkasti ja erilaiset asiakirjat laatia huolella. Esimerkiksi tämän työn tekijällä on kokemusta FoLoop-osuuskunnan rekisteröinnistä, jossa muutama virhe perustamiskirjassa ja säännöissä johti lisäselvityspyyntöön Kaupparekisteristä ja uusien asiakirjojen laadintaan ja siten venytti rekisteröintiprosessia muutamalla kuukaudella.

Taulukko 1 Eri yritysmuotojen rekisteröintimaksut (Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 15)

Kaupparekisterimaksut	€
Toiminimi	75
Avoin yhtiö	180
Kommandiittiyhtiö	180
Osakeyhtiö	350
Osuuskunta	350

3.6.3 Toimitilojen ja tarvittavien tarvikkeiden ja laitteiden hankinta

Yritystoiminnan voi aloittaa helposti toimimalla kotoa käsin, mutta monissa tapauksissa yritys joutuu hankkimaan tai vuokraamaan tarvittavat toimitilat. Toimitiloja voi kysellä huoneistovälitysfirmoilta, kunnilta ja kaupungeilta. Liikehuoneiston vuokrasopimus on aina tehtävä kirjallisesti ja sitä varten on olemassa valmiita pohjia. Toimitilojen lisäksi aloittava yrittäjä joutuu miettimään mitä tarvikkeita, ohjelmia, laitteita, kalusteita yms. tarvitaan yritystoimintaa varten ja miten ne aiotaan hankkia. Tarvittavat laitteet ja tarvikkeet voidaan hankkia uusina tai käytettyinä tai leasing-sopimuksilla. Monesti huollettu käytetty laite on kannattavampi osto kuin uutena hankittu vastaava laite. (Meretniemi & Ylönen 2008, 138.)

3.7 Vakuutukset

Yritystoimintaa varten on saatavilla monia erilaisia vakuutuksia, joista osa on pakollisia ja osa vapaaehtoisia. Vakuutustarve on pitkälti yrityskohtaista ja siihen vaikuttaa moni eri tekijä kuten se, valmistaako yritys itse tuotteita, onko yrityksellä työntekijöitä ja millä toimialalla yritys toimii. Yritystoimintaa koskevat vakuutukset voidaan periaatteessa jaotella kolmeen eri luokkaan eli yritystä koskeviin vakuutuksiin, yrittäjää koskeviin vakuutuksiin ja yrityksen työntekijöitä koskeviin vakuutuksiin.

Yritystä koskevia tavanomaisia vakuutuksia ovat vahinkovakuutus, vastuuvakuutus, tuotevastuuvakuutus, keskeytysvakuutus ja oikeusturvavakuutus. Yrittäjää koskevia vakuutuksia ovat YEL-vakuutus, henkivakuutus, työttömyysvakuutus, tapaturmavakuutus ja sairausvakuutus. Työntekijää koskevia vakuutuksia ovat puolestaan työeläkevakuutus, ryhmähenkivakuutus, työttömyysvakuutus, tapaturmavakuutus ja sairausvakuutusmaksu.

3.7.1 Yritystä koskevat vakuutukset

Vahinkovakuutus korvaa esimerkiksi tulipalon, varkauden ja vesivahingon aiheuttamia vahinkoja. Vahinkovakuutuksessa on mahdollista valita useita erilaisia omavastuuosuuksia, joiden määrä vaikuttaa vakuutusmaksun määrän eli nostamalla omavastuuosuutta voidaan alentaa vakuutusmaksua. Vastuuvakuutus puolestaan korvaa yrityksen toiminnan aiheuttamia henkilö- ja esinevahinkoja toiselle osapuolelle. Korvaus vaatii aina sen, että vahinko on todettu vakuutuksen voimassaoloalueella ja -aikana. Tiettyjä toimialoja kuten konsultointia ja huolintaa varten on olemassa erillisiä vastuuvakuutuksia. Tuotevastuuvakuutus puolestaan korvaa yrityksen valmistaman tai maahantuoman tuotteen aiheuttamat vahingot. (Meretniemi & Ylönen 2008, 90.)

Keskeytysvakuutuksella korvataan menetyksiä, joita aiheutuu liiketoiminnan keskeytymisestä vahingon kuten tulipalon tai laiterikon vuoksi. Keskeytysvakuutus on hyvä etenkin tuotannollisilla aloilla, joissa taloudelliset tappiot voivat olla merkittäviä toiminnan keskeytymisen vuoksi. Vakuutuksen kohteena

on liiketoiminnan tulos, joka lasketaan erikseen määrättyjen periaatteiden avulla. Vakuutuksen määrä käsittää keskeytysvakuutuskatteen, joka saadaan vähentämällä liikevaihdosta materiaalit ja palvelut. Vakuutusmäärään voidaan sisällyttää myös mm. muuttuvat palkat ja kiinteitä kuluja. Keskeytysvakuutuksessa on yleensä omavastuu aika esim. 1–14 vuorokautta. Oikeusturvavakuutuksella puolestaan katetaan riskiä joutua oikeudenkäyntiin eli siitä korvataan kohtuulliset oikeudenkäynti- ja asianajokulut. Oikeusturvavakuutus soveltuu periaatteessa lähes kaikille yrityksille ja toimialoille. (Meretniemi & Ylönen 2008, 91.)

3.7.2 Yrittäjää koskevat vakuutukset

YEL-vakuutus eli yrittäjän eläkevakuutus on periaatteessa ainoa pakollinen vakuutus kaikille yrittäjille. Vakuutus turvaa yrittäjän toimeentuloa kun hän lähtee eläkkeelle tai joutuu työttömäksi tai työkyvyttömäksi. Yksityinen elinkeinonharjoittaja kuuluu yleensä YEL-vakuutuksen piiriin. Edellytyksenä tälle on, että yrittäjä on 18–68-vuotias ja YEL-työtulon (yrittäjän työpanoksen arvo) ylittää alarajan. Osakeyhtiössä vakuutusvelvollisuus puolestaan syntyy silloin, kun omistusosuus ylittää 30 prosenttia. Ensimmäistä kertaa yritystoiminnan aloittava yrittäjä saa vakuutusmaksusta 25 prosentin alennuksen. YEL-vakuutus tehdään sen jälkeen, kun yritystoiminta on jatkunut neljä kuukautta ja aikaa vakuutuksen ottamiseen on kuusi kuukautta mainitusta hetkestä. (Meretniemi & Ylönen 2008, 92; Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 26–27.)

Henkivakuutus antaa turvaa yrittäjän lähiomaisille, yritykselle ja yrityskumppaneille yrittäjän kuolemantapauksessa. Henkivakuutus kannattaa ottaa etenkin silloin, kun yrityksen velkojen vakuutena on yksityisomaisuutta tai yrittäjä takaa henkilökohtaisia tai yrityksen lainoja. Myös tapaturmavakuutus on monesti järkevää ottaa, sillä yrittäjät eivät kuulu lakisääteisen tapaturmavakuutuksen piiriin. Yrittäjillä työaika ja vapaa-aikaa ei periaatteessa pystytä erottaa eli tapaturmavakuutus on 24-tuntinen. Tapaturmavakuutusmaksun perusteena on yleensä YEL-vuosituloansio ja maksun suuruuteen vaikuttaa myös yrittäjän ammatti. Yrittäjä voi myös liittyä työttömyyskassaan (AYT tai SYT) ja maksaa työttömyysvakuutusta, jolloin työttömäksi jouduttuaan on mahdollista saada yrittäjäpäivärahaa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 93–94.)

Sairausvakuutus antaa taloudellista turvaa sairauden varalta Suomessa pysyvästi asuville henkilöille, mikä todistetaan Kela-kortilla. Yrittäjillä on samat oikeudet kuin muillakin sairausvakuutuksen piiriin kuuluvilla. Lyhytaikaisen sairastumisen varalta maksetaan sairausajan päivärahaa, jota haetaan Kelan toimistosta. Yrittäjillä omavastuu aika on sairastumispäivän lisäksi kolme seuraavaa arkipäivää. Päivärahan määrä lasketaan YEL-työtulon perusteella. Sairausvakuutus korvaa myös tutkimus- ja hoitokuluja ja siihen sisältyy lähes aina omavastuuosuus. Yrittäjän sairausvakuutusmaksu määräytyy prosentteina YEL-työtulosta. Joissain tapauksissa yritykselle kannattaa ottaa sairauskuluvakuutus yrittäjän sairauden varalta. (Meretniemi & Ylönen 2008, 95.)

3.7.3 Työntekijää koskevat vakuutukset

Työntekijä pitää vakuuttaa työeläkelain mukaan, mikäli työntekijä on 18–68-vuotias ja hänen kuukausiansionsa ylittää alarajan. Työeläketurvaa varten työnantajan tulee ilmoittaa alkaneet ja päättäneet työsuhteet eläkeyhtiölle sekä maksetut palkat. Vakuutusmaksut ja palkkailmoitukset voidaan hoitaa kuukausi tai vuosi-ilmoituksin. Työeläkemaksu koostuu sekä työnantajan että työntekijän osuudesta. Yli 53-vuotiailla maksun suuruus on hieman suurempi kuin alle 53-vuotiailla. (Meretniemi & Ylönen 2008, 96.)

Ryhmähenkivakuutus puolestaan on otettava, mikäli siitä on sovittu alan työmarkkinajärjestöjen kanssa (työehtosopimus). Ryhmähenkivakuutusmaksu maksetaan tapaturmavakuutuksen yhteydessä. Tapaturmavakuutus on otettava kaikille työsuhteessa oleville työntekijöille. Tapaturmavakuutuksen määrä riippuu maksetuista palkoista ja työn vaarallisuudesta ja se korvaa työtapa- turmat ja eräät ammattitaudit. Tapaturmavakuutuksen yhteydessä maksetaan myös työttömyysvakuutusmaksu, joka koostuu työnantajan ja työntekijän osuudesta. Lisäksi työnantaja maksaa sairausvakuutusmaksun, joka lasketaan bruttopalkoista ja perii työntekijän osuuden sairausvakuutusmaksusta, joka sisältyy ennakonpidätysprosenttiin. (Meretniemi & Ylönen 2008, 96–98.)

Taulukossa 2 on esitetty yrittäjiä, työnantajia ja työntekijöitä koskevien sosiaaliturvamaksujen määrät ja rajat. Eri vakuutusten maksumäärät ja rajat vaihtuvat lähes vuosittain ja esimerkiksi vuodelle 2012 korotuksia on tullut lähes kaikkiin maksuihin ja rajoihin. Ajan tasalla olevat taulukot onkin syytä tarkastaa aina eikä tukeutua vanhoihin lähteisiin.

Taulukko 2 Sosiaalivakuutusmaksut ja rajamäärät (Varma 2011).

Työeläkemaksut	2012	2011
TyEL-ansion raja	54,08 €/kk	52,49 €/kk
Tilapäinen työnantaja vain tilapäisiä työntekijöitä ja palkkasumma alle 7 746 €/6 kk	23,3 %	23,0 %
Sopimustyönantaja pysyviä työntekijöitä tai palkkasumma vähintään 7746 €/6 kk		
TyEL-perusmaksu ilman asiakashyvitystä ja hoitokustannus- ja maksutappioalennusta, tilapäinen maksunalennus huomioitu		
- 2010 palkkasumma alle 1 846 500 €	23,3 %	22,5 %
- 1 846 500–29 544 000 € nousee liukuvasti	23,3 %	22,5–23,0 %
- 2010 palkkasumma yli 29 544 000 €	23,3 %	23,0 %
Työntekijän osuus TyEL-maksusta	5,15 %	4,7 %
	53-v. 6,5 %	53-v. 6,0 %
YEL-maksu	22,5 %	21,6 %
	53-v. 23,85 %	53-v. 22,9 %
- aloittavan yrittäjän maksu	16,875 %	16,2 %
	53-v. 17,8875 %	53-v. 17,175 %
MYEL-maksu alle 24 893,37€ työtulosta	11,0250 %	10,584 %
	53-v. 11,6865 %	53-v. 11,221 %
24 893,37 –39 118,22€ nousee liukuvasti		
39 118,22€ työtulon ylittävältä osalta	22,5 %	21,6 %
	53-v. 23,85 %	53-v. 22,9 %
YEL-tulorajat		
YEL-työtulon alaraja	7 105,84 €/v	6 896,69 €/v
YEL-työtulon yläraja	161 375 €/v	156 625 €/v
Yrittäjällä oikeus YEL:n osa-ajaläkkeeseen, jos työtulo on vähintään	14 211,69 €/v	13 793,37 €/v
Yrittäjällä oikeus työttömyysturvaan, jos työtulo on vähintään	8 520 €/v	8 520 €/v
Työnantajan sairausvakuutusmaksu (sosiaaliturvamaksu)	2,12 %	2,12 %
Vakuutetun sairausvakuutusmaksu		
Palkansaajat	2,04 %	2,01 %
YEL-yrittäjät	2,19 %	2,11 %
Eläkkeensaajat	1,39 %	1,36 %
Työttömyysvakuutusmaksu		
Palkkasummasta, joka on enintään 1 879 500 euroa	%	0,80 %
Siitä palkkasumman osasta, joka ylittää 1 879 500 euroa	%	3,20 %
Työntekijän maksu	%	0,60 %
TyEL-vakuutetusta osaomistajasta maksettava työnantajamaksu	%	0,80 %
TyEL-vakuutetun osaomistajan maksu	%	0,20 %
Työntekijäin ryhmähenkivakuutusmaksu		
Keskimäärin	%	0,071 %
Tapaturmavakuutusmaksu		
Työn tapaturmariskin ja vakuutusyhtiön tariffin mukaan (arvioitu vaihteluväli)	0,3–8 %	0,3–8 %
Työeläkeindeksit		
Palkkakerroin	1,291	1,253
Työeläkeindeksi	2407	2323
Siirtymäajan indeksi	2663	2578
Elinaikakerroin		0,98689
Korot		
Perustekorko	%	4,75 % (1.7. alkaen)
Vakuutusmaksujen viivästyskorko	%	8,5 % (1.7. alkaen)
Työttömyyseläkkeellä olevan ansaintaraja	675,98€/kk	656,08 €/kk

3.8 Kirjanpito

Kirjanpitolain perusteella yritykset ovat kirjanpitovelvollisia. Tilikauden juokseva kirjanpito perustuu tositteisiin, joita ovat myyntilaskut, ostolaskut, palkkalaskelmat ja tiliotteet. Kirjanpito tarkkailee rahan liikkeitä sisään ja ulos yrityksestä ja laskee lopuksi tuloksen tilinpäätöksessä. Kirjanpito kannattaa yleensä ulkoistaa tilitoimistolle, jotta itse pystyy keskittymään oleelliseen eli tulojen hankkimiseen. Tilitoimiston valinnassa tulee kiinnittää huomiota asiantuntemukseen ja kirjanpidon hintaan. Pienelle yritykselle erityisen tärkeää on kassavirran suunnittelun asiantuntemus. Kirjanpidosta on monenlaista hyötyä ennen kaikkea yritykselle ja yrittäjälle itselle, koska sen avulla saadaan selville yrityksen taloudellinen tilanne tietyllä hetkellä. Kirjanpito antaa myös tietoa yrityksen kannattavuudesta ja vakavaraisuudesta rahoittajille ja sen avulla lasketaan myös yrityksen maksettavaksi tulevat verot. (Meretniemi & Ylönen 2008, 140–144; Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 31.)

Tilikauden päätyttyä tehdään tilinpäätös ja toimintakertomus. Pienen yrityksen tilinpäätökseen kuuluu tuloslaskelma, tase ja liitetiedot. Tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen hyväksyy osakeyhtiössä ja osuuskunnassa hallitus, henkilöyhtiössä vastuunalaiset yhtiömiehet tai yksityinen elinkeinonharjoittaja. Osakeyhtiössä tilinpäätös ja toimintakertomus vahvistetaan yhtiökokouksessa ja osuuskunnassa vuosikokouksessa. Uuden tilintarkastuslain mukaan tilintarkastus suoritetaan yrityksissä, joiden kohdalla täyttyy vähintään kaksi seuraavista ehdoista:

- liikevaihto on yli 200 000 euroa
- taseen loppusumma on yli 100 000 euroa
- palveluksessa on keskimäärin yli kolme henkilöä.

Tilintarkastuslain uudistuminen mahdollistaakin sen, että aivan pienimmissä yrityksissä tilintarkastaja voidaan jättää valitsematta. Tilintarkastuksessa tarkastetaan kirjanpito ja yrityksen hallinto ja kirjoitetaan tarkastuskertomus. (Meretniemi & Ylönen 2008, 140–144; Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011, 31.)

3.9 Neuvontapalvelut

Yritystoiminnan tueksi on saatavilla neuvonta- ja muita palveluja monilta eri tahoilta. Varsinkin yritystoimintaa suunniteltaessa ja toiminnan alkuvaiheessa on hyvä olla yhteydessä asiantuntijoihin. Erilaisia palveluja tarjoavat mm. työvoimatoimistot, uusyrityskeskukset, yrityshautomot, Finpro ja Suomen Yrittäjät ry. Uusille yrittäjille etenkin työvoimatoimiston, uusyrityskeskusten ja yrityshautomojen palvelut ovat hyviä ja tarpeellisia. Työvoimatoimistojen palveluihin kuuluu mm. yrittäjäyyskoulutusten järjestäminen ja neuvonta käynnistämisenvaiheessa sekä työvoiman hankinnassa auttaminen. Uusyrityskeskusten palveluihin kuuluu mm. liikeidean arviointi ja kehittäminen, tuloslaskelmien tekeminen, rahoitusmahdollisuuksien selvittäminen, lupa-asoiden

selvittäminen ja toimitilojen etsiminen. Yrityshautomot puolestaan tarjoavat mm. toimitiloja, koneita ja laitteita yrittäjän käyttöön, neuvontaa ja kontakteja.

4 VERKKOKAUPPA

4.1 Verkkokaupan määritelmä ja erilaiset verkkokaupat

Verkkokauppoja löytyy Internetistä kaikenlaisia. Yksinkertaisimmillaan verkkokauppa on vain yksi sivu, jossa kerrotaan tarpeelliset tuotetiedot ja miten tuote ostetaan sähköisesti ilman, että kauppaan täytyy soittaa tai fyysisesti asioida. Verkkokaupan määritelmänä voidaankin pitää sitä, että koko ostoprosessi tuotteen etsimisestä ostamiseen voidaan tehdä täysin verkossa ja etäkauppana. Tiukemman määritelmän mukaan verkkokaupan ostoprosessiin ei saa kuulua pakollisia sähköpostivaiheita asiakkaalta kauppiaille vaan sähköpostiviestittely on lähinnä tapahtuneen vahvistamista oston jo tapahduttua (tilausvahvistus). (Vehmas 2008, 4.)

Verkkokaupat voidaan jakaa karkeasti neljään eri ryhmään myytävän tuotteen perusteella, jotka ovat massatuotteiden verkkokauppa, konfiguroitavien tuotteiden verkkokauppa, uniikkituotteiden verkkokauppa ja palvelun verkkokauppa. Näistä yleisin ja yksinkertaisin on massatuotteiden verkkokauppa, jossa myydään suuria määriä samoja perustuotteita. Tuotteista tarjolla olevat variaatiot rajoittuvat lähinnä muutamaa eri vaihtoehtoon kuten kokoon ja väriin eivätkä ne yleensä muuta tuotteen hintaa. Massatuoteverkkokaupan toiminnallisuus sisältää yleensä ainakin sähköisen tuoteluettelon, ostoskorin, asiakkaan tunnistamisen, maksupalvelut ja toimituksen seurantamahdollisuuden. Esimerkkejä massatuoteverkkokaupoista ovat mm. mulletoi.com ja verkkokauppa.com. (Vehmas 2008, 10–11.)

Konfiguroitavien tuotteiden verkkokaupassa tuote ei ole enää yksiselitteinen kokonaisuus vaan useista vaihtoehtoista tekijöistä muodostuva ainutlaatuinen kokonaisuus kuten vaikkapa auto tai lomamatka. Myös tuotteiden hinta muodostuu eri tekijöiden perusteella eli hintaa ei etukäteen pysty määrittelemään kuin karkealla tasolla (esim. alkaen hinnoittelu). Konfiguroitavien tuotteiden verkkokaupassa toiminnallisuus sisältää periaatteessa samat toiminnot kuin massatuoteverkkokauppa, mutta oleellisena lisäyksenä on konfigurointiväline, jolla tuote valitaan ja rakennetaan. (Vehmas 2008, 12–13.)

Uniikkituotteiden verkkokaupassa myydään aidosti uniikkeja tuotteita eli kutakin tuotetta on olemassa vain yksi kappale. Tuotteen tila verkkokaupassa on siis periaatteessa joko myynnissä tai ikuisesti poistunut. Tätä voidaan kuitenkin lieventää esim. erilaisilla välitiloilla kuten varausmahdollisuudella, mikä onkin toiminnallisuuden kannalta oleellinen ero massatuotteiden verkkokauppaan. Uniikkituotteiden verkkokaupassa oleellista on ajantasainen tieto tuotteen tilasta ja se, että tuote myydään ensin tilanneelle. (Vehmas 2008, 13.)

Palvelua myyvä verkkokauppa sisältää massatuoteverkkokaupan ja uniikkeja tuotteita myyvän verkkokaupan toiminnallisuuden lisäksi usein dynaamisen hinnoittelun. Tällöin esimerkiksi kampaamon yksittäinen hiustenleikkuuajan hinta riippuu siitä, milloin se on ostettu. Esimerkiksi kuukautta ennen ajan saa perushintaan, mutta halvemmalla päivää ennen, koska vaarana on ajan jääminen myymättä. (Vehmas 2008, 14–15.)

Eräänlaisena uutena verkkokaupan muotona on viime aikoina lisääntynyt erilaiset kimpppiilejä tarjoavat palvelut, joita on vaikea lajitella edellä mainittuihin ryhmiin. Näissä kuluttajille myydään lahjakortteja, joilla saa edelleen merkittäviäkin alennuksia tietyistä tuotteista ja palveluista. Alennusprosentit ovat monesti jopa 50 prosenttia tai enemmänkin, mutta edellytyksenä on toisaalta riittävä määrä ostajia.

4.2 Verkkokaupassa myytävät tuotteet ja verkkokaupan neljä perusjalkaa

Verkkokaupassa voidaan myydä menestyksellä ainakin samoja tuotteita, joita myydään erilaisten kuvastojen ja katalogien avulla. Tuotteita, joita täytyy fyysisesti kosketella tai hahmotella oikeasti ennen ostopäätöstä, on vaikea myydä verkkokaupassa. Oleellista on myös se, että tuote voidaan kuvata tyhjentävästi riittävän lyhyesti esim. korkeintaan yhdellä sivulla. Toisaalta tietyissä palveluissa ja tuotteissa verkkokauppa tarjoaa mahdollisuuksia parempaan kaupan käyntiin kuin perinteiset myymälät. Esimerkiksi lomamatkan konfigurointi ja varaaminen netistä on nykypäivänä luontevampaa ja nopeampaa kuin vastaavan tekeminen matkatoimistossa (Vehmas 2008, 28.)

Myynti verkossa uusille asiakkaille edellyttää, että tuoteryhmä on asiakkaalle tuttu, tuotteesta on riittävästi tietoa saatavilla ja ostoriski on oltava riittävän pieni. Perusedellytys myynnille on se, että asiakas ymmärtää yksiselitteisesti mihin tuoteryhmään tuote kuuluu, koska tuntemattomat tuotteet jäävät todennäköisesti ostamatta. Riittävä tuotetieto tarkoittaa sekä sanallisia kuvauksia ja riittävän montaa hyvää kuvaa tuotteesta. Varsinkin kuvien merkitys korostuu verkkokaupassa, koska muuten tuotteita ei välttämättä näe ennen kuin tuote on toimitettu. Tämän lisäksi voidaan tuotekuvaukseen lisätä linkkejä esimerkiksi teknisiin ominaisuuksiin, valmistajan sivuille yms., jolloin tuotekuvaukset saadaan pidettyä kohtuullisen lyhyinä ja lisätietoa tarjotaan sitä haluaville asiakkaille. (Vehmas 2008, 29–30.)

Ostopäätöksen yhtenä tärkeimpänä edellytyksenä on myös riittävän pieni ostoriski, jolla tarkoitetaan sitä kuinka todennäköisesti asiakas pettyy ostokseen. Ostoriskit liittyvät sekä toimitukseen että tuotteeseen eli esimerkiksi tuote jää toimittamatta tai saapuu rikkoutuneena tai tuote ei vastaa tuotekuvausta tai asiakkaan odotuksia. Ostoriskiinkin vaikuttaa oleellisesti tuotteen hinta ja verkkokaupan tunnettavuus ja luotettavuus. Parhaiten verkkokauppaan soveltuvat tuotteet, joiden hinta on 10–100 euroa, sillä tätä alemmissa hinnoissa toimituskustannusten osuus nousee kohtuuttoman suureksi ja suuremmissa hinnois-

sa puolestaan oston riski rajaa asiakasryhmän hyvin pieneksi. (Vehmas 2008, 29–32.)

Verkkokaupan neljäksi perusjalaksi, jotka ovat edellytys menestykselle netissä, Vehmas (2008, 35–39) mainitsee tuotevalikoiman, ulkoasun, näkyvyyden ja ajantasaisuuden. Tuotevalikoiman tulee olla tarkoin harkittu ja kohdennettu halutulle asiakasryhmälle. Pelkästään sekalaista tavaraa eri kohderyhmille myyvällä verkkokaupalla tuskin on edellytyksiä menestykselle vaan kuten normaalinkin kaupan puolella on hyvä keskittyä tiettyihin tuoteryhmiin. Tuotevalikoima on lisäksi osattava järjestellä oikein verkkokauppaan internetin tarjoamin keinoin loogisesti siten, että ostaja löytää haluamansa tuotteen helposti ja nopeasti. Verkkokaupan ulkoasun perusteella asiakas tekee monesti jo muutamien sekuntien aikana päätöksen, jääkö kauppaan vai ei. Ulkoasu koostuu graafisesta ilmeestä, huolellisesta toteutuksesta, käyttöliittymästä ja käytettävyydestä. Näkyvyys puolestaan on edellytys sille, että verkkokaupassa on kävijöitä ja ostavia asiakkaita. Internetin massasta erottuminen vaati paljon työtä ja markkinointia ja verkkokaupan avaaminen onkin vasta ensimmäisiä vaiheita matkalla menestyvään liiketoimintaan netissä. Ajantasaisuus puolestaan tarkoittaa sitä, että asiakas näkee helposti, että verkkokauppa on elävä ja sitä päivitetään jatkuvasti (esim. päivitystiedot, uutiset, kampanjat jne.).

4.3 Verkkokaupan markkinointi

Verkkokaupan puolella pätevät samat perusasiat markkinoinnissa kuin perinteisessäkin kaupankäynnissä. Ilman markkinointia verkkokauppa jää tuntemattomaksi ja kuolee ennen pitkää asiakkaiden puuttuessa. Markkinointikanavat verkkokaupan puolella keskittyvät lähinnä verkon mahdollistamiin välineisiin ja perinteiset mediat jäävät vähemmälle huomiolle. Markkinointi perinteisessä mediassa kuten televisiossa ja radiossa koskee lähinnä suurempia toimijoita, joilla on varaa näiden käyttämiseen ja jotka tavoittelevat laajempaa näkyvyyttä. Pienemmällä toimijalla on mahdollista saavuttaa laajakin näkyvyyttä pelkästään verkon tarjoamin ja pitkälti ilmaisain keinoin. Tässä työssä keskitytään lähinnä verkon tarjoamiin keinoihin, koska niitä tullaan lähinnä käyttämään.

4.3.1 Verkkomainonta

Verkkomainonta tarkoittaa yleensä mainostamista joko hakukoneissa tai muilla sivustoilla mainosbannerien avulla. Näissä mainostamisen kustannus ei perustu näkymiseen sivustolla vaan kävijöiden todellisiin kontakteihin eli klikkauksiin mainostajan sivuille. Yhden klikkauksen hinta voi olla esimerkiksi kymmeniä senttejä ja se voi näkyä tietyn ajan tai loppua tietyn summan tullessa täyteen (esim. 2000 euroa). Suosittuja verkkomainonnan paikkoja ovat mm. Google, Suomi24 ja verkkolehdet. (Vehmas 2008, 192.)

Ongelmana bannerimainostamisessa on ennen kaikkea se, että pelkät klikkaukset eivät vielä johda myyntiin. Etenkin verkkolehden ja verkkopalveluiden

kohdalla klikkauksia verkkokauppaan saattaa tulla paljon, mutta taustalla on henkilöt jotka eivät kuulu kohderyhmään. Hakukonemainostaminen puolestaan perustuu siihen, että tiettyjen hakusanojen perusteella hakija saa hakutulosten lisäksi myös muutaman selkeästi hakutuloksista eritellyn mainoksen. Hakukonemainostaminen onkin hieman turvallisempaa kuin verkkopalvelut ja -lehdet, sillä valitsemalla oikeat hakusanat voidaan varmistua siitä, että mainosta klikannut kävijä kuuluu oikeaan kohderyhmään. (Vehmas 2008, 192.)

4.3.2 Sähköpostimarkkinointi

Sähköposti tarjoaa edullisen keinon markkinoida suurille määrille ihmisiä. Tämä onkin johtanut siihen, että sähköpostimarkkinointi on toisaalta yksi tehokkaimmista ja samalla yksi negatiivisimman sävyn omaavista markkinointivälineistä roskapostiviestittelijöiden johdosta. Roskapostin voima perustuu juuri määrään eli promillekin reagoivia vastaajia riittää, jos viesti on lähetetty vaikkapa miljoonalle ihmiselle. Tällöin viestien lähettäjä on saanut 1000 uutta asiakasta lähes olemattomilla kustannuksilla tosin maineen kärsiessä. Internetin sähköpostiliikenteestä roskapostia arvellaan olevan jopa 70 prosenttia ja se muodostaakin vakavan uhan koko sähköpostin tulevaisuudelle (Vehmas 2008, 215.)

Laillisia ja suositeltavia keinoja verkkokaupalle ovat lähinnä personoidut sähköpostiviestit asiakkaille. Personoiduissa viesteissä huomioidaan esimerkiksi asiakkaan nimi ja hänen aikaisemmin ostamansa tuotteet ja mainostetaan vastaavanlaisia tuotteita. Sähköpostimarkkinoinnissa on muistettava, että siihen on periaatteessa oltava aina vastaanottajan lupa (paitsi jos henkilö on jo yrityksen asiakas) sekä viestissä on oltava mahdollisuus estää vastaava postitus jatkossa. Tämä voidaan toteuttaa esimerkiksi liittämällä viestiin linkki jota klikkaamalla postitus päättyy. (Vehmas 2008, 215–216.)

4.3.3 Verkkokauppahakemistot

Erilaisia verkkokauppahakemistoja, joihin on listattu eri alojen verkkokauppoja, löytyy lukuisia. Näissä hakemistoissa on linkki verkkokaupan sivuille ja yleensä lyhyt kuvaus verkkokaupasta. Joissakin hakemistoissa on myös mahdollista antaa arvosana verkkokaupalle ja lisätä kommentteja kokemuksista verkkokaupasta. Erilaisia verkkokauppahakemistoja löytyy esim. seuraavilta sivuilta www.kaupat.com, www.netti-kaupat.com ja www.makupalat.com. Varsinkin arvostetuimpien hakemistojen sivuille on syytä lisätä oman verkkokaupan linkki ja kuvaus.

4.3.4 Hakukoneoptimointi

Verkkokaupan markkinoinnin ja näkyvyyden kannalta hakukoneoptimointi on ehkä kaikista tärkein asia. Hakukoneoptimoinnilla pyritään siihen, että oma sivusto on ensimmäisten hakutulosten joukossa, mikä mahdollistaa suuret kä-

vijämäärät verkkokauppaan. Käytännössä hakutuloksissa tulee olla vähintäänkin ensimmäisellä sivulla ja mieluiten listan yläpäässä. Merkittävimpinä hakukoneina voidaan pitää Googlea ja Bingiä.

Hakukoneet luokittelevat haun järjestykseen kahdella päätekijällä eli kohdesivun tason perusteella (ranking) sekä sillä, miten hyvin löydetty merkkijono vastaa haettua. Rankingiin vaikuttaa linkitykset muilta sivustoilta ja näiden taso. Oman sivuston ranking-arvoa nostaa huomattavasti esimerkiksi yksi linkitys arvostetulta sivustolta (esim. Ylen sivut joiden ranking 7/10). Ranking-arvoon vaikuttaa myös, kuinka moni on haun kautta sivustolle tullut ja miten siellä on käyttäytynyt. Ranking-arvoa vieläkin tärkeämpi tekijä on se, että haku vastaa verkkokaupan sisältöä mahdollisimman hyvin. Käytännössä tulee siis arvioida, millä sanoilla potentiaalinen asiakas tuotetta hakee hakukoneesta ja sisällyttää nämä sanat verkkokauppaan ja tuotekuvauksiin. Sanojen ei kannata olla liian yleisellä tasolla sillä tällöin on vaarana, ettei oman kaupan ranking-arvo riitä hakutulosten kärkeen. Esimerkiksi Iittalan Mariskooleja myyvän verkkokaupan kannattaa käyttää tuotesivun otsikkona pelkän ”Mariskoolin” sijaan käyttää vaikkapa ”Myydään Mariskooli, punainen”. (Vehmas 2008, 217–219.)

4.3.5 Markkinointi sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisen median suosion kasvun myötä myös markkinointi näissä medioissa on kasvanut viime aikoina. Markkinointia sosiaalisessa mediassa voidaan tehdä perinteisillä mainosbannereilla, mutta uusi media tarjoaa myös monia muita vaihtoehtoja. Verkkokauppa voi tehdä esimerkiksi oman profiilin, jossa kerrotaan ajankohtaisia asioita verkkokaupasta ja sen tuotteista sekä lisätä kuvia ja videoita profiiliin. Verkkokaupan taustalla olevat henkilöt voivat myös omissa profiileissaan ainakin epäsuorasti markkinoida verkkokauppaa esimerkiksi linkkien avulla. Mielenkiintoisen vaihtoehdon tuo erilaiset sovellukset, joita sosiaalisessa mediassa käytetään nykyään paljon. Tällöin yritykselle on mahdollista luoda sovellus kuten vaikkapa peli, joka tavalla tai toisella tukee varsinaista verkkokauppaa ja liiketoimintaa. Esimerkiksi suomalainen lomamatkan suunnitteluun verkkopalvelua tarjoava Vailoma on kehittänyt nimeään kantavan Facebook-sovelluksen, jossa käyttäjät valitsevat useiden kuvien joukosta mielenkiintoisemman aina kahdesta vaihtoehdosta. Sovelluksen tarkoituksena on toisaalta kerätä tietoa käyttäjien mielipiteistä ja ohjata heitä Vailoman nettisivuille. (Vehmas 2008, 201–204.)

4.4 Maksutavat ja toimitustavat

Maksutavoiksi verkkokauppaan on olemassa monia erilaisia vaihtoehtoja, joista osa on perinteisiä vaihtoehtoja ja osa juuri verkkokaupoille ja verkkomaksamiseen kehitettyjä. Perinteisiä myös verkkokaupassa käytettyjä maksutapoja ovat tilisiirto etukäteen, lasku ja postiennakko. Myös käteinen voi olla yksi vaihtoehto noudon yhteydessä, mutta tällöin ei oikeastaan puhuta verk-

kokaupankäynnistä vaan pikemminkin tuotteen varaamisesta netin välityksellä.

Verkkomaksamista varten erilaisia vaihtoehtoja ovat pankkien verkkonapit, Luottokunnan eMaksupalvelu ja erilaiset verkkomaksuvaihtoehdot yhdistävät palvelut kuten Suomen Verkkomaksut ja Suomen Maksuturva. Lisäksi viime vuosina on tullut käyttöön erilaisia laskutuspalveluja kuten Klarna ja Everyday. Jatkossa käsitellään Luottokunnan tarjoama palvelu, verkkomaksuvaihtoehdot kokoavat palvelut ja laskutuspalvelut, sillä nämä ovat nykyään hyvin suosittuja ja niihin liittyy monia yksityiskohtia ja kustannustekijöitä. Paras ratkaisu oman verkkokaupan maksutavoiksi on aina harkittava tapauskohtaisesti, sillä esimerkiksi kustannuksiin vaikuttaa mm. käytetyt maksutavat ja niiden osuudet, maksutapahtumien suuruus ja määrä sekä eri palveluiden avusmaksut ja kuukausihinnat.

4.4.1 Suomen Verkkomaksut

Suomen Verkkomaksut tarjoaa laajan valikoiman erilaisia maksutapoja yhdellä palvelulla. Palvelun peruspaketti sisältää kaikkien kotimaisten pankkien verkkomaksupainikkeet ja luottokorteilla maksamisen (Visa, Visa Electron, Mastercard ja Eurocard). Lisävaihtoehtoina ovat PayPalin maksutavat sekä laskutuspalvelut Klarna, Collector ja Joustoraha. PayPalin ja Klarnan maksutapojen kohdalla vaaditaan erillinen sopimus. Lisäksi tarjolla on useita lisäpalveluita kuten maksun palautus ja maksutapalisä. Tilitys kestää parista päivästä 15 päivään riippuen maksutavasta. (Maksutavat ja ominaisuudet n.d.)

Suomen Verkkomaksujen palvelun kuukausimaksu on 59 € (alv 0 %) eli vuodessa 708 €. Kuukausimaksun lisäksi päälle tulee maksutapakohtainen transaktio- ja/tai provisiomaksu. Transaktiomaksut koskevat verkkomaksupainikkeita, luottokortteja, Collector-laskua ja Joustorahaa. Transaktiomaksu on 0,35 € maksutapahtumaa kohden lukuun ottamatta Nordean verkkomaksupainiketta, jonka kohdalla hinta on 0,50 €. Provisiot koskevat luottokortteja (2 %) sekä Collector-laskua (3 %) ja PayPalia (n. 3 %). Klarnan osalta hintoja ei esitellä hinnastossa vaan käsketään pyytämään tarjous Klarnalta. (Palveluhinnasto n.d.)

4.4.2 Suomen Maksuturva

Suomen Maksuturva tarjoaa pitkälti vastaavat palvelut kuin Suomen Verkkomaksutkin. Merkittävin ero on siinä, että tilitys tapahtuu verkkokauppiaille vasta sitten, kun asiakas on vastaanottanut ja hyväksynyt tuotteen. Maksuturva mainostaakin olevansa turvallinen sekä asiakkaan että verkkokaupan kannalta, koska rahat säilytetään asiakasvaratileissa suomalaisissa pankeissa ennen tilitystä myyjälle. (Kuluttajille n.d.)

Erilaisia palveluvaihtoehtoja ovat Basic, Gold, eMaksut ja Tailored-palvelupaketit. Tavalliselle verkkokauppiaille riittää jokin kolmesta ensimmäisestä.

mäisestä paketista. Basic-palvelu sisältää kaikkien suomalaisten pankkien verkkomaksupainikkeet ja SweaWebPay osamaksun ja laskun. Gold-palvelussa tämän päälle tulevat myös luottokortit (Visa, Visa Electron ja MasterCard). eMaksut-palvelu on Maksuturvan uusi palvelu ja siitä on saatavilla kaksi versiota, joista toinen on vastaa periaatteessa Basic-palvelua ja toinen Gold-palvelua. eMaksut-palvelun mainostetaan ennen kaikkea parantavan maksuliikenteen seurantaa ja helpottavan kirjanpitoa. Palvelu on saatavilla vain muutamien verkkokauppasovelluksiin joihin kuuluvat Vilkkaan ja Valmiskaupan sovellukset, mutta esimerkiksi Wosbeehen sitä ei ole saatavilla. (Maksuturva Basic Payment Service n.d.; Maksuturva Gold Payment Service n.d.; Yleistä palvelusta n.d.)

Basic-palvelun kuukausihinta on 39 € ja tämän päälle tulee vielä pankkipainikkeita koskeva 1,50 € transaktiomaksu. Laskulla transaktiomaksu on 2,45 € ja lisäksi 2,95 prosentin provisio. Gold-palvelun kuukausihinta on 89 € ja verkkopainikkeita koskeva transaktiomaksu 1 €. Luottokorttimaksuilla on 0,50 € transaktiomaksu ja 1,9 prosentin provisio sekä laskulla sama hinta kuin Basic-palvelussa. eMaksut-palvelun hinnoittelu vastaa muuten Gold-palvelua, mutta kuukausihinta on perusversiolla 49 € ja luottokortit sisältävällä versiolla 69 €. Tilitys verkkokauppiaille tapahtuu 2–5 päivän kuluessa toimituksesta. (Maksuturva Basic Payment Service n.d.; Maksuturva Gold Payment Service n.d.; Yleistä palvelusta n.d.)

4.4.3 Checkout

Myös Checkout tarjoaa laajan palvelun eri maksutapoja yhdellä palvelulla. Checkoutin pankkipaketti sisältää kaikkien pankkien maksupainikkeet, Neocard-luottokortin, Joustorahan ja APE-kukkaron. Laajapaketti sisältää näiden lisäksi luottokortit Visa, Visa Electron, Mastercard ja Business Eurocard. Pankkipaketin hinta on 25 € kuukaudessa ja 0,35 € transaktiomaksu ja laajapaketin hinta on 45 € kuukaudessa ja 0,35 € transaktiomaksu. Laajapaketin luottokorttimaksuista peritään myös 2 prosentin provisio maksutapahtumasta. (Hinnasto n.d.)

4.4.4 Luottokunnan eMaksupalvelu

Luottokunta tarjoaa verkkokaupoille eStandard-palvelua Visa-, Visa Debit-, Visa Electron-, Mastercard-, Debit Mastercard- ja American Express-korteille. Palvelun turvallisuuden takaavat Verified by Visa ja MasterCard Secure-Code-todentamispalvelut. eStandard-palvelun avausmaksu on 85 € ja kuukausimaksu 41,90 €. Lisäksi kustakin maksutapahtumasta veloitetaan provisio, joka on EU-maiden korteilla 0,95 prosenttia ja muiden maiden korteilla 1,75 prosenttia kuitenkin vähintään 0,04 €. (Etämyynti n.d.; eStandard n.d.; Luottokunnan tilitysajat ja hinnasto n.d.)

4.4.5 Laskutuspalvelut

Erilaisia laskupalveluja verkkokaupoille ja niiden asiakkaille tarjoaa mm. Klarna ja Everyday. Ideana näissä on se, että verkkokauppa ulkoistaa luottoriskin kolmannelle osapuolelle, joka hoitaa siis laskutuksen ja tarvittaessa perinnän. Verkkokauppa puolestaan saa maksun tililleen kolmannelta osapuolelta tietyn ajan kuluttua. Everyday mainostaa nettisivuillaan olevansa verkkokauppiaille maksuton ja antavansa asiakkaallekin yli kuukauden maksuaikaa tai mahdollisuuden osamaksuun (Miksi Everyday-verkkomaksu n.d.). Klarna puolestaan ei ilmoita hintaa sivuillaan, vaan sitä on kysyttävä erikseen ja ilmeisesti hinta vaihtelee tapauskohtaisesti. Verkkokaupalle tällaiset laskupalvelut tarjoavat hyvän vaihtoehdon myös laskun lisäämiselle/säilyttämiseksi yhtenä maksuvaihtoehtona, koska ne pienentävät luottoriskin olemattomiin.

4.4.6 Toimitustavat

Toimitustapoina verkkokaupan puolella käytetään lähinnä postin kirje- ja pakettipalveluita ja matkahuollon lähetyspalveluja, jotka tarjoavat monenlaisia vaihtoehtoja toimituksiin. Postin tarjoamia toimitusvaihtoehtoja ovat esimerkiksi kirje, helposti kuori, maksikirje, paketti ja postivakuutettu lähetys. Halvimmillaan toimituskustannukset voivat olla kirjeen kohdalla muutaman euron luokkaa tai allekin, mutta paketteja lähetettäessä toimituskustannukset nousevat vähintään 8 euron tuntumaan. Suuremmalle tavaralle myös lähetti- ja rahtipalvelut saattavat tulla kyseeseen. Yhtenä toimitustapana verkkokauppa voi tarjota myös noutoa, jolloin asiakas säästää toimituskustannuksissa.

Toimituskustannukset muodostavat monesti verkkokaupassa merkittävän osuuden kokonaishinnasta. Verkkokaupoilla on kuitenkin monenlaisia vaihtoehtoja toimituskulujen perimiseen asiakkaalta. Verkkokauppa voi lisätä toimituskustannukset sellaisenaan tuotteen hinnan päälle, pitää ne hieman alempina tai jopa korkeampina. Yksi vaihtoehto on myös se, että toimituskustannukset ovat suoraan tuotteiden hinnoissa, jolloin asiakkaalle ilmoitetaan yksi hinta ja toimituskustannusten olevan nolla euroa.

5 VERKKOKAUPPASOVELLUSTEN VERTAILU

Verkkokaupan perustamista varten markkinoilla on saatavilla useita erilaisia sovelluksia ja ratkaisuja aina valmiista ohjelmistoista räätälöityihin ratkaisuihin. Räätälöidyt ratkaisut saattavat sisältää kaiken mahdollisen aina ohjelmoinnista verkkokaupan graafiseen suunnitteluun ja hakukoneoptimointiin. Valmiit ohjelmistot puolestaan rajoittavat erilaisten konfigurointien tekoa tarjoten esimerkiksi vain muutaman erilaisen asetteluvaihtoehdon sivustolle. Suurin osa toimittajista tarjoaa molempia eli valmiita verkkopohjaisia ohjelmistoja sekä niiden pohjalta tehtyjä räätälöityjä ratkaisuja. Hinta eri ratkaisujen välillä vaihtelee suuresti eli jotkin ohjelmat ovat saatavissa ilmaiseksi kun taas toisissa hinta voi nousta jopa tuhansiin euroihin vuodessa. Hinta on monesti riippuvainen ohjelmiston ominaisuuksista ja monesti verkkokauppasoo-

velluksia tarjoavilla toimittajilla on useita eri versioita sovelluksestaan eri hintoihin.

Verkkokauppasovellusten vertailuun valittiin neljä eri ohjelmaa jotka ovat Wosbee Free, Kotisivukoneen Verkkokauppa, Vilkas Groupin Omaverkkokauppa Mini ja Suomen Valmispalvelu Oy:n Valmiskauppa Vakio. Kaikki ovat ns. valmiskauppoja eli niiden konfigurointi on rajattua. Tälle päätökselle on selkeä peruste eli toisaalta kustannusten minimointi sekä se, että myytävälle tuotteille kelpaa valmiskalkaisu ilman erityisominaisuuksia. Ohjelmistot on myös valittu periaatteella, että ne täyttävät suunnitellun verkkokaupan vähimmäistarpeen eli esimerkiksi suunnitellun tuotemäärän ja maksutavat. Ohjelmistot ovat myös hinnaltaan samaa luokkaa lukuun ottamatta Wosbeeta, joka on ilmainen.

Vertailtavia kohteita ovat hinta, tekniset ominaisuudet, referenssit, käyttäjäystävällisyys asiakkaille sekä käytettävyys verkkokauppiiaan näkökulmasta. Arviointi tehdään asteikolla 0–10 ja painoarvot ovat referenssit 10 prosenttia, tekniset ominaisuudet ja käytettävyys 20 prosenttia sekä hinta ja käyttäjäystävällisyys 25 prosenttia. Arviointi toteutetaan tutustumalla toimittajien sivuihin ja tietoihin sovelluksista, tutustumalla sovelluksilla tehtyihin verkkokauppiihin sekä käyttämällä sovellusten verkkokauppiaille tarkoitettuja hallintaohjelmistoja (sovelluksista saatavilla demoversioita ja ilmaisia tutustumisjaksoja).

Referenssien ja sovellusten käyttäjäystävällisyyden kohdalla otetaan huomioon, että joidenkin toimittajien sovelluksista on saatavilla useita eri vaihtoehtoja eikä aina välttämättä ole selvää, mitä versiota niistä on käytetty kussakin tapauksessa (esim. Vilkas Groupin sovellukset). Suurta haittaa tästä ei kuitenkaan ole, sillä sovellukset pohjautuvat samalle perusratkaisulle, jolloin esim. käyttäjäystävällisyys on pitkälti sama eri vaihtoehtojen kohdalla.

Käytettävyyden ja teknisten ominaisuuksien kohdalla otetaan lisäksi huomioon, että osa tiedoista on luottamuksellisia eli kaikkea ei esitetä sanallisesti vaikkakin itse vertailu ja pisteet perustuvat kaikkeen saatavilla olevaan tietoon.

5.1 Omaverkkokauppa Mini

Omaverkkokauppa Mini on Vilkas Groupin tarjoama ohjelma verkkokaupan rakentamiseksi. Vilkas Group Oy on perustettu vuonna 1995 ja sen pääkonttori sijaitsee Tampereella. Yrityksen palveluksessa työskentelee 8 henkilön asiantuntijatiimi. Yritys väittää olevansa alan markkinajohtaja Suomessa ja jopa kolmasosan Suomen aktiivisista verkkokaupoista käyttävän Omaverkkokauppa-palveluita. Asiakkaita yrityksellä on lähes 900. Yhtenä tärkeimpänä mittareista yritys pitää verkkokauppojen menestystä, jota he mittaavat verkkokauppaindeksillä. (Vilkas Group Oy n.d.)

Verkkokauppaa varten yrityksellä on tarjota kolme erilaista valmista sovellusta (Mini, perusversio ja Pro), jotka pohjautuvat samalle perusratkaisulle siten, että kalliimmissa sovelluksissa saadaan tiettyjä lisäominaisuuksia. Vaativampia verkkokauppoja varten tarjolla on myös tapauskohtaisia räätälöityjä ratkaisuja. Vilkkaan sovelluksista yksinkertaisin ja halvin sovellus on Omaverkkokauppa Mini, jonka kuukausihinta on 39 €. Seuraavan Omaverkkokauppa-sovelluksen hinta kohoaa jo 79 € kuukaudessa, mikä on jo selvästi kalliimpi kuin kilpailijoilla eikä sitä siksi otettu tähän vertailuun. (Tee verkkokaupastasi totta n.d.)

5.1.1 Tekniset ominaisuudet ja hinta

Omaverkkokauppa Mini sisältää maksimissaan 250 tuotetta, 100 tuoteryhmää, kaksi kieltä ja valuuttaa. Kielivaihtoehdot ovat suomi, ruotsi, englantia ja saksa. Sovelluksessa on käytössä valmiit ulkoasupohjat ja navigaatioelementit, mutta ulkoasua voidaan myös muokata vapaasti. Tuotteiden osalta voidaan yksittäiselle tuotteelle luoda kymmenen eri vaihtoehtoa (esim. koko tai väri). Ministä puuttuvia tuotteita koskevia ominaisuuksia ovat esimerkiksi tuotevertailu ja -arviointi, tuotekohtainen toimitustapa ja mahdollisuus myydä tiedostoja. Ristiinmyyntitoiminnot puolestaan koskevat vain yhteensopivia tuotteita. Asiakashallinnan puolella on käytössä vain yksi asiakasryhmä eli kaikki ovat käytännössä kanta-asiakkaita. Myöskään asiakaskohtaisia alennuksia tai kampanjoita ei ole. Sen sijaan asiakastietojen vienti asiakasrekisteriin on automaattista ja asiakkaille voidaan lähettää automaattiviestejä eri tilanteissa. (Omaverkkokaupan ominaisuudet n.d.)

Markkinoinnin osalta tarjotaan monia perusominaisuuksia kuten automaattinen Google-rekisteröinti, tuotesuosittelu kavereille, hakutoiminnallisuus ja kampanjatuotteen nosto etusivuille. Sen sijaan uutiskirjeet ja kuponkikampanjat puuttuvat Omaverkkokauppa Ministä. Markkinointiportaaleista liitännät löytyvät seuraaviin eli Mikko.fi, Vertaa.fi ja MBnetin hintaseuranta. Ostokorin ja tilaamisen osalta voidaan määrittää tilauksen vähimmäisarvo, mutta loppusummaan perustuva alennus ja tilauksen rajaaminen vain rekisteröityneille puuttuu. Maksutapojen puolella tarjotaan liittynyt mm. verkkopainikkeille, Luottokunnan, Suomen Verkkomaksujen, Suomen Maksuturvan ja Klarnan palveluihin. Huomionarvoista on Checkoutin palveluiden puuttuminen. (Omaverkkokaupan ominaisuudet n.d.)

Eri toimitustapoja on puolestaan käytössä maksimissaan kolme eikä automaattisia toimintoja ole, joilla voisi rajoittaa toimitustapaa maan, tuotteen tai postinumeron perusteella. Logistiikkapalveluihin tarjottavia liitännöitä ovat Itellan Prinetti-pakettikortit, Itellan noutopiste ja SmartPOST. Lisäksi tarjotaan liitännä Matkahuollon pakettipalveluihin. Tilaustenhallinnan puolella tarjotaan laajat ominaisuudet kuten automaattinen tilausvahvistus asiakkaalle, lähetyslistojen ja laskujen tulostus. Kävijäseurantaa varten tarjotaan liitännät

mm. Google Analytics ja eTracker-palveluihin. (Omaverkkokaupan ominaisuudet n.d.)

Omaverkkokaupan Minin normaalihinta on siis 39 € kuussa (alv 0 %). Hintaa on kuitenkin mahdollista alentaa pidentämällä sopimuskautta oletetusta kuukaudesta aina vuoteen. Vuoden mittaisella määräaikaisella sopimuksella kuukausihinnaksi tuleekin 35 € eli 420 € vuodessa. Tämän lisäksi Vilkaalta on saatavilla domainia (viiden vuoden rekisteröinti) ja sähköposteja (10 kpl, a 7,4 Gt) varten peruspaketti, jonka avausmaksu on 195 € ja kuukausimaksu 10 € (Verkkokaupan domain ja sähköpostit n.d.). Ensimmäisen vuoden kustannuksiksi Vilkaan osalta voidaan laskea olevan kokonaisuudessa 735 €, jota voidaan pitää vähintäänkin kohtuullisen edullisena. Viemällä avausmaksun osuus viidelle vuodelle saadaan ensimmäisen vuoden kustannuksiksi 579 €.

Hinnan osalta Vilkas saakin melko hyvät pisteet. Teknisissä ominaisuuksissa pisteitä pudottaa useat eri tekijät, jotka puuttuvat sovelluksesta tai joita on rajoitettu. Näitä ovat esimerkiksi tuotevertailu, kuponkikampanjat, vain yksi asiakasryhmä, vähäinen määrä toimitustapoja ja liitännän puuttuminen Checkoutin palveluihin.

5.1.2 Refesenssit, käyttäjäystävällisyys ja käytettävyys

Vilkaalla on osoittaa monia hyviä verkkokauppoja, jotka on tehty heidän ratkaisullaan. Valmiilla sovelluksilla on tehty esimerkiksi Treknet Oy:n, Pelaajan Valinnan, Suomen Jean Vernet Oy:n ja Confetti Oy:n verkkokaupat. Näistä Confetti Oy:n verkkokauppa on tehty Omaverkkokauppa Pro:lla ja muutkin ilmeisesti vähintäänkin perusversiolla. Räätelöidyistä ratkaisusta hyvän esimerkin tarjoaa Veikon Koneen verkkokauppa, jonka visuaalinen ilme on erinomainen. Sen sijaan valmiilla sovelluksilla tehdyt verkkokaupat ovat visuaaliselta ilmeeltään ehkä hieman tylsiä, mutta kaikki perustoiminnot niistä löytyvät.

Käyttäjäystävällisyyden osalta tarkempaan tarkasteluun otettiin Treknet Oy:n verkkokauppa (www.treknet.fi), Pelaajan Valinnan verkkokauppa (www.pelaajanvalinta.fi) sekä FoLoop-osuuskunnan verkkokauppa (www.kauppaketju.fi) ja huomiota kiinnitettiin ennen kaikkea visuaaliseen ilmeeseen, tuotteiden löytymiseen, sivujen asetteluun, navigoinnin ja ostoprosessin selkeyteen. Kaikkien verkkokauppojen osalta voidaan todeta, että tuotteet löytyvät helposti, sivujen asettelu ja yleinen käytettävyys on loogista ja ostoprosessi on selkeästi ohjeistettu ja vaiheistettu. Visuaalisen ilmeen puolella on kuitenkin parannettavaa parhaisiin verkkokauppoihin verrattuna. Kokonaisuutena käyttäjäystävällisyys kuten myös referenssit voidaan arvioida hyvälle tasolle Vilkaan osalta.

Taustahallintaohjelmiston käytettävyydestä Vilkas saa hyvät pisteet, sillä ohjelmiston käyttöliittymä on selkeä, helppo omaksua ja eri tiedot löytyvät no-

peasti. Erityistä kiitosta saa helppo ja nopea ulkoasun muokkaus ja riittävä määrä erilaisia ohjeita.

5.2 Valmiskauppa Vakio

Valmiskauppa Vakio on yksi Suomen Valmispalvelut Oy:n verkkokauppaohjelmistoista. Suomen Valmispalvelut Oy on perustettu vuonna 2003 ja yritys sijaitsee Hyvinkäällä. Ensi alkuun yritys tarjosi verkkokauppaa varten räätälöityjä ratkaisuja, mutta vuodesta 2008 alkaen myös valmiita sovelluksia. Valmiskauppasovellukset saavuttivat yrityksen mukaan reilussa kolmessa vuodessa yli 600 asiakasta. Yritys onkin yksi suurimmista verkkokaupan toimittajista Suomessa. Yritykselle on myös myönnetty Avainlippu-tunnus merkinä suomalaisesta osaamisesta. (Valmiskauppa tekee verkkokaupan n.d.)

Verkkokauppaa varten Suomen Valmispalveluilla on tarjolla kolme eri valmista sovellusta eli Valmiskauppa Vakio, Menestyjä ja Päällikkö. Näistä halvin on Vakio, jonka hinta on 35 € kuukaudessa. Seuraavan sovelluksen eli Menestyjän hinta on jo 105 € kuukaudessa. Lisäksi yritys tarjoaa monenlaisia lisä- ja räätälöintipalveluja verkkokauppaa varten. (Valmiskaupan paketit n.d.)

5.2.1 Tekniset ominaisuudet ja hinta

Valmiskauppa Vakio sisältää periaatteessa rajattoman määrän tuoteryhmiä ja tuotteita. Ainoana rajana on 5 000 Mt:n levytila, joka kuitenkin mahdollistaa suuren määrän tuotteita. Sovelluksessa on useita kymmeniä ulkoasupohjia ja myös digitaalisten tuotteiden myynti on mahdollista. Valmiskauppa Vakioon on myös mahdollista lisätä rajaton määrä kieliä ja valuuttoja. Ulkopuolisiin palveluihin tarjotaan valmiita liitoksia kuten Itella SmartPOST-palveluun ja Matkahuollon lähellä pakettipalveluun sekä Itella Prinetti ja Matkahuollon osoitekorttien tulostukseen. (Vertaile eri paketteja n.d. Valmiskauppa kestää vertailun n.d.)

Ulkopuolisiin maksupalveluihin tarjotaan liitokset Klarnan, Maksuturvan, Suomen Verkkomaksujen, verkkopankkien ja Luottokunnan palveluihin. Sen sijaan liitokset ulkopuolisiin vertailupalveluihin kuten Fruugoon ja Hintaseurantaan puuttuu. Myös kävijäseuranta ja ohjelmisto sähköpostimarkkinointiin puuttuvat. Mielenkiintoisena liitoksena tarjotaan Helppohaku.fi hakukonepalvelua, jolla voidaan etsiä tuotteita eri Valmiskaupan verkkokaupoista. (Vertaile eri paketteja n.d.; Valmiskauppa kestää vertailun n.d.)

Valmiskaupan sivuilla kerrotaan huomattavasti vähemmän ohjelmiston ominaisuuksista kuin Vilkaan sivuilla. Loput ominaisuudet täytyy päätellä Valmiskauppa Vakiolla tehdystä demoverkkokaupasta (www.ostapuhelin.fi) ja tämän taustahallintaohjelmasta. Näitä tutkimalla voidaan yhteenvetona todeta, että sovellus ei ole niin rajattu kuin Vilkaan vastaava, vaikkakin muutama

tärkeä ominaisuus puuttuukin. Teknisistä ominaisuuksista Valmiskauppa saakin hieman paremmat pisteet kuin Vilkas ja tämän puolesta puhuu esimerkiksi se, että tuoteryhmien ja tuotteiden määrää ei ole rajattu.

Valmiskauppa Vakion kuukausihinta on 35 €. Lisäpalveluina on saatavissa domainin rekisteröinti ja sähköpostit. Domainin ja yhden sähköpostin kuukausimaksu on 3 € ja lisäksi domainia koskee 35 € avausmaksu (Lisäpalvelut n.d.). Sähköpostien osalta kahta voidaan pitää pienimuotoiselle verkkokaupalla riittävänä, jolloin ensimmäisen vuoden kustannukseksi tulisi Valmiskaupan osalta 563 € eli vain hieman halvempi kuin Vilkaan sovellus.

5.2.2 Referenssit, käyttäjäystävällisyys ja käytettävyys

Refesenssejä Valmiskaupan osalta tarjotaan paljon. Kovinkaan tunnettuja verkkokauppoja ei listoilta löydy ja kertomatta jätetään myös, millä sovelluksella kaupat on tehty ja kuinka paljon niihin liittyy räätälöintiä. Verkkokaupansa Valmiskaupalla ovat tehneet mm. Mariinda Grafia, Keskisen Kello Oy, Suomen Apu-Tuote Oy ja Timcen Jewellery Ky. Näiden kaikkien verkkokauppojen kohdalla löytyy tietty sovelluksen perusteella tuleva perusilme ja asettelu, mutta toisaalta myös ohjelmiston mahdollisuudet tulevat esiin esimerkiksi erilaisten ulkoasujen ansiosta. Myös hieman suuremmat kuvat tuotelistauksessa verrattuna Vilkaan sovellukseen pistää silmään, joka ainakin työn tekijän mielestä parantaa koko sivuston visuaalista ilmettä.

Käyttäjäystävällisyyden osalta lähempään tarkasteluun otettiin Mariinda Grafian verkkokauppa (<http://www.rento-shop.fi>), Suomen Apu-Tuote Oy:n verkkokauppa (<http://www.aputuotekauppa.fi>) sekä Valmiskaupan esittelyverkkokauppa (<http://www.ostapuhelin.fi>). Käyttäjäystävällisyys on pitkälti samalla tasolla kuin Vilkaan sovelluksilla tehdyillä verkkokaupoilla eli sivustot ovat selkeät ja tuotteet ovat löydettävissä helposti. Myös ostoprosessi on selkeä tosin sillä erolla, että ostoprosessin vaihetta ei ole havainnollistettu yhtä hyvin kuin Vilkaan sovelluksessa. Toisaalta esimerkiksi maksutapojen ja toimitustapojen valinta on havainnollisempaa, koska valinta tehdään pelkän tekstin sijaan kuvakkeiden ja niiden antaman lisätiedon perusteella. Kokonaisuutena Valmiskauppa saa hieman paremmat pisteet käyttäjäystävällisyydestä kuin Vilkas ja referensseistä samat pisteet.

Valmiskaupan taustahallintaohjelman käytettävyys ei ole aivan samalla tasolla kuin Vilkaan. Käyttöliittymä on hieman yksinkertaisempi, mutta monien asioiden tekeminen siinä on hieman hankalampaa ja hitaampaa. Perusasiat ovat kuitenkin pitkälti samat kuin Vilkaan sovelluksessa.

5.3 Kotisivukoneen Verkkokauppa

Kotisivukone-palvelun taustalla on Ideakone Oy, joka on perustettu vuonna 2005. Yrityksen liikeideana on tarjota pienyrityksille ja yhdistyksille helppo tapa viestiä toiminnastaan netissä. Tältä pohjalta yritys julkaisi vuonna 2006

Kotisivukone-palvelun, jonka avulla kenen tahansa on helppo tehdä kotisivut nettiin. Vuonna 2007 palvelusta julkaistiin myös ulkomaiden markkinoille tarkoitettu palvelu. Yrityksen mukaan vuonna 2009 Kotisivukone vakiinnutti paikkansa suosituimpana kotisivupalveluna Suomessa. (Ideakone lyhyesti n.d.)

Kotisivukone tarjoaa verkkokauppaa osana laajempaa kotisivupakettia eli asiakasyritys saa samaan hintaan kotisivut ja verkkokaupan (alkaen 27.90 €, alv 0 %). Verkkokaupasta on olemassa periaatteessa vain kaksi vaihtoehtoa (kotisivut ja verkkokauppa lisäominaisuutena tai Myyntitykkipaketti), joita voidaan edelleen laajentaa muutamalla lisäominaisuudella lisähintaan. Yrityksen mukaan Kotisivukone on Suomen suosituin verkkokaupparatkaisu, jota käyttää yli 1 500 suomalaista verkkokauppaa. (Verkkokaupparatkaisu 2012.)

5.3.1 Tekniset ominaisuudet ja hinta

Kotisivukoneen perusominaisuuksiin kuuluu mm. erilaisia ulkoasu- ja värimalleja, 500 Mt levytilaa, oma www-osoite (esim. palvelee.fi tai kotisivukone.com loppuinen), palautelomake, tiedostoselain ja kävijätilastot. Verkkokauppaa varten tarkoitettussa Myyntitykkipaketissa on perusominaisuuksien lisäksi uutiset, verkkokauppa, yhteydenottolomake, viisi sähköpostiosoitetta ja com/net verkkotunnus. Lisäominaisuuksina erilliseen hintaan on lisäksi saatavilla mm. hakukone, blogit, eri kieliversiot ja postituslista. Maksutapoina Kotisivukone tukee yleisimpiä käytössä olevia maksutapoja eli verkkopankkipainikkeet, luottokorttimaksut, Klarna, PayPal, Maksuturva, Suomen Verkkomaksut ja Checkout. Tuotemäärä on rajoittamaton ja kattavista ominaisuuksista löytyy mm. tarjoustuotteet, tilausten hallinta ja raportit. (Hinnasto-Kotisivukone 2012; Verkkokaupparatkaisu 2012.)

Muut ominaisuudet täytyy päätellä pitkälti Kotisivukoneen ohjeiden perusteella (löytyy nettisivuilta) ja taustahallintaohjelmaa käyttämällä. Yhteenvetona näistä voidaan todeta, että Kotisivukoneen verkkokauppa on lähinnä lisäominaisuus itse kotisivuille. Sovelluksesta puuttuu muutama oleellinen osa-alue, jotka muista ohjelmistoista löytyvät ja tästä syystä teknisistä ominaisuuksista tulee huonot pisteet.

Hinnan osalta Kotisivukone on kilpailukykyinen. Myyntitykkipaketin hinta on tällä hetkellä 30 € kuukaudessa (norm. 35,90 €/kk), joka sisältää siis jo riittävän määrän sähköposteja ja domainin. Lisäominaisuuksista tarvitaan vielä eri kieliversiot, joka maksaa 10 € kuukaudessa eli kokonaishinta tällöin 40 €/kk. Tällöin ensimmäisen vuoden kustannukset Kotisivukoneen verkkokaupalla olisivat 480 € eli jonkin verran halvempi kuin Vilkkaan ja Valmiskaupan sovellukset.

5.3.2 Referenssit, käyttäjäystävällisyys ja käytettävyys

Verkkokaupoista Kotisivukone tarjoaa sivuillaan 11 referenssiä, jotka ovat melko tuntemattomia Kokki Kolmosta (www.kokkikolmonen.com) lukuun ottamatta. Kotisivukoneella verkkokauppansa ovat tehneet myös Helmipaikka Oy (www.helmipaikka.fi), Puuvekoti (www.puuvekotin.fi) ja Decoart (www.decoart.fi). Nämä kaikki ovat ulkoasultaan varsin hyviä ja erilaisia, mikä osoittaa Kotisivukoneen mahdollisuudet tyylikkään ulkoasun luomiseen. Etenkin Helmipaikka Oy:n ja Decoartin sivujen kohdalla voidaan puhua ammattimaisesta verkkokaupasta, mikä näkyy esimerkiksi tuotemäärän ollessa sadoissa ja hyvissä kuvissa.

Aivan kuten Valmiskaupankin kohdalla erityisesti isot kuvat tuotelistauksessa pistävät silmään ja tukevat kuvaa ammattimaisesta verkkokaupasta. Tuotteet löytyvät myös helposti ja ostaminen on helppoa jopa hieman pelkistetyn ostoprosessin ansiosta. Referensseistä ja käyttäjäystävällisyydestä Kotisivukone saakin hyvät pisteet.

Kotisivukoneen taustahallintaohjelmiston käyttöliittymä on pitkälti samalla tasolla kuin Vilkkaan sovellus ja esimerkiksi ulkoasun muuttaminen on varsin helppoa ja nopeaa. Tiettyjen osa-alueiden puuttuminen selkeyttää taustahallintaohjelmaa, mutta tätä ei voida pitää pelkästään hyvänä asiana. Kokonaisuutena käytettävyydestä Kotisivukone saa melko hyvät pisteet.

5.4 Wosbee Free

Wosbee Free on ilmainen verkkokauppasovellus, jonka taustalla on Smilehouse Oy:n kehittämä Workspace-ohjelmisto. Smilehouse Oy on kertomansa mukaan Suomen ja Skandinavian johtava sähköisen kaupankäynnin asiantuntija. Wosbeen lisäksi yritys tarjoaa lukuisia maksullisia ratkaisuja verkkokauppaan. Wosbee palveluun on rekisteröitynyt maailmanlaajuisesti yli 8000 kauppiasta. Tällä hetkellä Wosbee Free on ainoa saatavilla oleva Wosbee-sovellus, mutta kehitteillä on neljä laajempaa maksullista versiota. (Ava oma verkkokauppa ilmaiseksi 2008; Wosbee and Wosbee Premium features 2008.)

5.4.1 Tekniset ominaisuudet ja hinta

Wosbee Free sovelluksessa on päivittäisenä käyttäjärajana 1000 käyttäjää. Levytilaa tarjotaan vain 100 Mt. Valmiita ulkoasupohjia on lukuisia, joista vain yksi voi olla käytössä kulloinkin. Ulkoasun yksityiskohtainen muokkaus on kuitenkin täysin vapaata HTML-työkalujen ansiosta. Tiedostojen siirtoa varten tarjotaan tiedostoselain ja myös oman domainin käyttö on mahdollista. Tuoteryhmien ja tuotteiden määrä ei ole rajoitettu. Sen sijaan asiakasryhmiä on vain yksi, jolloin myös asiakasryhmäkohtaiset alennukset puuttuvat. Alennuskuponit puolestaan löytyvät. Myös tuotevertailut, ristiinmyynti, tuotear-

vioinnit ja tuotevaihtoehdot sisältyvät Wosbee Free sovellukseen. (Wosbee and Wosbee Premium features 2008.)

Valuuttoja on käytössä maksimissaan kaksi. Verkkokauppa voidaan toteuttaa kaksikielisenä lähinnä käyttämällä erilaisia lisäkenttiä. Yhtä tuotetta kohden voidaan lisätä maksimissaan viisi kuvaa ja automaattinen kuvien skaalaus on mahdollista käyttäjän haluamien parametrien mukaan. Hinnoittelussa tarjotaan mahdollisuutta esimerkiksi tuotevarianttien erilaiseen hinnoitteluun ja määrä/paljousalennuksiin. Ulkopuolisiin palveluihin tarjottavia liittymäjä ovat mm. verkkomaksupainikkeet, Luottokunnan, Maksuturvan ja Suomen Verkkomaksujen palvelut sekä Mikko.fi palveluun. Lisäksi tarjotaan liittymä Itellan Prinetti ja SmartPOST-järjestelmiin sekä Matkahuollon palveluihin. (Wosbee and Wosbee Premium features 2008; Wosbee upgraded to version 1.13.2. 2011.)

Asiakashallinnasta löytyy asiakkaiden katselu, muokkaaminen ja tuonti ominaisuudet. Myös asiakkaan rekisteröityminen on mahdollista täysin muokattavalla rekisteröintikaavakkeella. Tilausprosessia varten tarjotaan mm. laskujen ja lähetyslistojen tulostusta sekä automaattisia sähköpostiviestejä. Toimituksia voidaan myös rajoittaa toimitusosoitteen perusteella. Myös liittymä Googlen kävijäseurantaan tarjotaan ja hakukoneystävällisyys on otettu huomioon. Verkkokauppiiaan tarvitsema neuvonta ja asiakaspalvelu puolestaan rajoittuvat lähinnä Wosbee.com sivuston foorumeihin ja ohjeisiin. (Wosbee and Wosbee Premium features 2008.)

Teknisiltä ominaisuuksiltaan Wosbee saa melko hyvät pisteet ja sijoittuu Valmiskaupan ja Vilkaan välille. Hyvää Wosbeessä on ennen kaikkea se, että tuotteita tai tuoteryhmiä ei ole rajattu. Myös liittymät ulkopuolisiin palveluihin kuten maksupalveluihin ovat lähes vastaavat kuin maksullisilla sovelluksilla. Sen sijaan asiakashallinnan puolella toivoisi rajoittamattomia asiakasryhmiä. Yksi ensi silmäyksellä merkittävä tekijä on 100 Mt:n levytilan rajoitus, joka kuitenkin mahdollistaa lukuisan määrän tuotteita. Esimerkiksi jos yhdellä tuotteella on kaksi kuvaa ja kuvan koko keskimäärin 0,05 Mt, saadaan tuotteiden määräksi 1000, jota voidaan pitää aivan riittävänä. Selvin puute kilpailijoihin verrattuna on se, että toimittajan tarjoama asiakaspalvelu rajoittuu lähinnä käyttöohjeisiin ja foorumeihin, mikä toisaalta on tyyppillistä ilmaisohjelmille.

Hinnan osalta Wosbee on varsin helppo arvioida, sillä kyseessä on ilmainen sovellus. Ainoat kustannukset saattavat tulla oman domainin rekisteröimisestä ja tämän liittämisestä kauppaan, joka on halvimmillaan muutaman kymmenen euron luokkaa riippuen palvelusta (domain, webhotelli, sähköposti) ja toimittajasta. Verkkokauppa on mahdollista avata ilman omaa domainiakin, mutta tällöin kaupan osoite ei välttämättä tue kuvaa ammattimaisesta kaupasta ja ohjaa kävijöitä kauppaan. Sähköpostit puolestaan ovat nykypäivänä helposti saatavissa ilmaiseksi vaikkapa Googlen Gmailin kautta. Hinnan osalta Wosbee saakin täydet pisteet, koska Wosbeen omat kustannukset ovat nolla toisin kuin kilpailijoilla.

5.4.2 Referenssit, käyttäjäystävällisyys ja käytettävyys

Wosbee tarjoaa sivuillaan pitkän listan sillä tehtyihin verkkokauppoihin. Listalla on monenlaisia verkkokauppoja aina hyvin pienimuotoisista jopa todella ammattimaisen näköisiin verkkokauppoihin. Tarkempaan tarkasteluun otettiin Back Stage Rock Shop Oy:n (www.backstagerockshop.com), Sisustus Taikan (<http://sisustustaika.shop.wosbee.com>), DEA Jewelryn (<http://deajewelry.shop.wosbee.com>) ja Ideri Tmi:n verkkokaupat (<http://ideri.shop.wosbee.com>). Verkkokaupat antavat hyvän kuvan Wosbeen mahdollisuuksista, sillä ne ovat ulkoasultaan hyvinkin erilaisia mutta kukin omalla tyylillään varsin hyviä. Etenkin Back Stage Rock Shopin kauppaa voidaan pitää hyvinkin ammattimaisena, mistä osoituksena on suuri tuotemäärä ja maksutapoina luottokortit ja verkkomaksupainikkeet. Ideri Tmi:n verkkokauppa puolestaan on ulkoasultaan suorastaan loistava ja osoittaa ennen kaikkea kuinka hyvät sivut Wosbeellä on mahdollista tehdä.

Myös käyttäjäystävällisyydeltään verkkokaupat ovat hyvällä tasolla. Tuotteet on jaoteltu selkeästi ja ne löytyvät helposti esimerkiksi haku-toiminnolla. Ostoprosessi on varsin selkeä ja muistuttaa pitkälti Kotisivukoneen verkkokauppaa. Myös mahdollisuus suurempien kuvien käyttöön tuotelistauksessa tulee ilmi etenkin DEA Jewelryn ja Ideri Tmi:n verkkokauppojen kohdalla. Käyttäjäystävällisyyden osalta Wosbee saakin samat pisteet kuin parhaat kilpailijat ja referenssien osalta lähes samat pisteet.

Wosbeen taustahallintaohjelman käyttöliittymä eroaa muista melko paljon ja se on ehkä vaikein omaksuttava. Samat perusominaisuudet löytyvät kuin kilpailijoidenkin ohjelmistoista. Suurimpana erona on ehkä se, että käyttäjän on hyvä osata ainakin perusteet HTML-kielestä. Taidokkaammalle käyttäjälle Wosbee tarjoaa vapautensa puolesta mahdollisuuden tehdä jopa parempi verkkokauppa kuin kilpailijoiden sovelluksilla. Käytettävyydestä Wosbee saakin vain hieman huonommat pisteet kuin parhaat kilpailijat.

5.5 Yhteenveto vertailusta

Verkkokauppasovellusten vertailun lopputulos on esitetty taulukossa 3. Vertailun voittajaksi selviytyi hieman yllättäen Wosbee Free ja seuraavina Valmiskauppa Vakio ja Omaverkkokauppa Mini. Vertailun viimeiseksi tuli melko selvästi Kotisivukoneen verkkokauppa. Wosbeen parhaimman tuloksen taustalla on ennen kaikkea täydet pisteet hinnassa ja tasaisuus muissa osalueissa. Omaverkkokauppa Mini ja Valmiskauppa Vakio ovat hyvin tasaisia kokonaisuutena, mutta eroja löytyy niin teknisissä ominaisuuksissa, käyttäjäystävällisyydessä kuin taustahallintaohjelman käytettävyydessä. Kotisivukone häviää pelin ennen kaikkea teknisten ominaisuuksien vuoksi.

Vertailun lopputuloksia tutkittaessa on otettava huomioon, että vertailu on tehty pitkälti työn tekijän omista lähtökohdista ja tarpeista verkkokauppasovellukselle. Toisenlaisilla lähtökohdilla tilanne voi olla aivan toinen. Esimer-

kiksi Kotisivukone voisi olla varsin hyvä vaihtoehto yritykselle, jolla on yksi selkeä toimiala ja päätarkoituksena on hyvien nettisivujen tekeminen, jossa verkkokauppa on vain yksi pienempi osa-alue. Tällöin Kotisivukoneelta on todennäköisesti saatavilla kokonaisuutena halvimalla samaan pakettiin sekä nettisivut että verkkokauppa. Suurille tuote-, kävijä-, tilaus- ja asiakasmäärille paras ratkaisu on todennäköisesti saatavilla Vilkkään, Valmispalvelujen tai vastaavan toimittajan laajemmista verkkokauppasovelluksista. Aloittavalle verkkokauppiaalle Wosbee tarjoaa kuitenkin varteenotettavan vaihtoehdon olemattomilla kustannuksilla, joka riittää melko pitkälle huomioden esimerkiksi tuotteiden, tilausten ja kävijöiden määrän.

Tuloksia vertaillessa on myös syytä muistaa, että sovelluksia kehitellään jatkuvasti ja myös niiden hinnoittelussa tapahtuu muutoksia. Esimerkiksi tämän työn edetessä Kotisivukone on muuttanut palvelunsa sisältöä ja hinnoittelua hieman. Sovellusten toimittajilla on monesti myös erilaisia kampanjoita, joiden aikana sovelluksen voi saada esimerkiksi puoleen hintaan. Myös ulkopuolissa palveluissa kuten vaikkapa maksupalveluissa voi tapahtua merkittäviä muutoksia, jotka vaikuttavat kokonaisuuteen. Esimerkiksi Maksuturva muutti oleellisesti hinnoitteluaan vuoden 2012 alusta vastaamaan pitkälti kilpailijoita. Paras verkkokaupparatkaisu onkin aina selvitettävä tapauskohtaisesti ja ajantasaisen tiedon perusteella, joka tämän hetkisten tietojen perusteella tässä tapauksessa on Wosbee Free.

Taulukko 3 Verkkokauppasovellusten vertailu

	Hinta	Käyttäjystävällisyys	Käytettävyys	Tekniset ominaisuudet	Referenssit	Yht.
Painoarvo	0,25	0,25	0,2	0,2	0,1	1
Omaverkkokauppa Mini	8,5	8,5	9	7,5	9	8,5
Valmiskauppa Vakio	8,5	9	8	8,5	9	8,6
Kotisivukoneen Verkkokauppa	9	9	8,5	5	8,5	8,1
Wosbee Free	10	9	8	8	8,5	8,8

6 OMA YRITYS

6.1 Liikeidea

Yrityksen liikeideana on asiantuntijapalveluiden myyminen yrityksille ja verkkokauppa kuluttajille. Asiantuntijapalvelut liittyvät laatuun, ympäristöasioihin, työturvallisuuteen ja toimitusketjun hallintaan. Esimerkkejä tarjottavista palveluista ovat työturvallisuuskorttikoulutukset, prosessien määrittäminen ja kehitys sekä riskienkartoitus. Palveluja myydään etenkin teollisuusyrityksille ja pk-yrityksille, joissa tarvetta tarjotuille palveluille on olemassa melko paljon. Asiantuntijapalveluiden merkittävimminä markkinointikanavina tulevat

olemaan verkkosivut ja henkilökohtaiset osittain jo olemassa olevat kontaktit yrityksiin.

Verkkokaupan puolella keskitytään etenkin erilaisten käsin tehtyjen suomalaisten tuotteiden myyntiin kuluttajille. Verkkokaupassa myydään omia ja lähinnä Satakunnan ja Pirkanmaan alueiden valmistajien tuotteita kuten nahkalaukkuja ja -lompakoita, koruja ja neuleita. Verkkokaupan markkina-alueena on koko Suomi ja tulevaisuudessa myös muut maat. Tuotteiden toimitus tapahtuu postin ja matkahuollon välitykselle. Tarvittaessa verkkokaupan tuotteita voidaan myydä myös erilaisten tapahtumien yhteydessä.

Asiantuntijapalvelut ja verkkokauppa ovat selkeästi toisistaan eroavat toimialat ja siksi ne tulevat toimimaan eri toiminimien alla. Erilaisten toimialojen ottaminen samaan yritykseen perustuu pitkälti omaan kokemukseen, osaamiseen ja kiinnostukseen. Toisaalta erilaisia konsultointipalveluja tarjoavalle yritykselle on hyvä pitää kontakti myös käytännön toimintaan.

6.2 Asiantuntijapalvelut ja asiakkaat

Asiantuntijapalveluiden puolella tarjotaan erikokoisille yrityksille toimitusketjun hallintaan, laatuun, ympäristöön ja työturvallisuuteen liittyviä konsultointipalveluja ja koulutusta. Yksittäisiä esimerkkejä palveluista ja koulutuksista ovat seuraavat:

- työturvallisuuskorttikoulutukset
- prosessien määrittäminen ja kehittäminen
- riskienkartoitus ja kehittämistoimenpiteet
- yleiset turvallisuuskoulutukset ja kemikaalikoulutukset
- 5S koulutus ja käyttöönotto
- raportointijärjestelmän luominen EHSQ-tapahtumille
- laatu-, ympäristö- ja työturvallisuusjärjestelmien käyttöönotto ja kehittäminen
- ABC-analyysi ja koulutus
- toimittajakartoitus ja analyysi sekä kehittäminen.

Näiden lisäksi erilaisia pienempiä osaprojekteja ja kehittämistoimenpiteitä yrityksistä löytyy paljon liittyen sekä toimitusketjun hallintaan ja EHSQ-asioihin. Tavoitteena on tulla merkittäväksi kumppaniksi, jonka puoleen erilaisissa ongelmatilanteissa asiakasyritykset kääntyvät. Asiantuntijapalveluiden sisältöä tullaan arvioimaan säännöllisesti keskittyen kannattavimpiin ja omaa osaamista vastaaviin palveluihin.

Alkuvaiheessa palveluiden ”keihäänkärjeksi” on suunniteltu työturvallisuuskorttikoulutuksia, sillä työturvallisuuskortti on nykypäivänä perusvaatimuksena monissa teollisuusyrityksissä ja koulutuksille on olemassa säännöllinen kysyntä. Tämän osalta huomioidaan se, että työn tekijän täytyy käydä työturvallisuuskorttikouluttajan koulutus, joka maksaa noin 520 euroa. Työturvalli-

suuskorttikoulutuksia pyritään ensisijaisesti järjestämään asiakasyrityksen tiiloissa yrityksen työntekijöille ja tätä kautta saamaan uusia kontakteja ja toimeksiantoja. Koulutuksia voidaan järjestää myös avoimina tilaisuuksina, jolloin periaatteessa kuka tahansa voi osallistua koulutukseen.

Asiantuntijapalveluiden merkittävimpinä asiakkaina voi pitää keskisuuria ja suuria teollisuusyrityksiä etenkin kemia-, teknologia- ja elintarviketeollisuudesta. Alkuvaiheessa tullaan keskittämään etenkin kemianteollisuuden yrityksiin (esim. Kemira ja Boliden), koska niitä löytyy useita lähialueilta ja toisaalta oma kokemus on vahvinta kyseiseltä alalta. Myös pienemmät yritykset periaatteessa joka alalta ovat potentiaalisia asiakkaita, sillä monelle palvelulle löytyy tarvetta riippumatta yrityksen koosta tai toimialasta. Esimerkiksi prosessien määrittäminen ja kehitys sekä ABC-analyysi sopivat joka alalle ja ovat perusasioita, jotka ovat kuitenkin monessa pienemmässä yrityksessä jätetty vähälle huomiolle.

6.3 Verkkokaupan tuotteet ja asiakkaat

Verkkokaupan tuotteiksi alkuvaiheessa on suunniteltu kolme pääryhmää, jotka ovat nahkatuotteet, korut ja neuleet. Nahkatuotteet voidaan edelleen jakaa useampaan ryhmään joita ovat ainakin nahkalompakot ja -kukkarot, nahkakäsineet, nahkalaukut ja nahkavyöt. Nahkatuotteiden osalta hyödynnetään paikallista osaamista ja tuottajia. Etenkin Äetsän-Vammalan seudulta (nykyinen Sastamala) löytyy runsaasti erilaisten nahkatuotteiden valmistajia ja muutama tukkumyyjä, joiden kanssa ensisijaisesti tullaan tekemään yhteistyötä. Vartenotettavia verkkokauppoja tämän kaltaisille nahkatuotteille on kuitenkin melko vähän Suomessa ja tässä onkin mahdollisuus hyödyntää toisaalta omaa osaamista ja lähiseudun valmistajien osaamista.

Toisena merkittävänä tuoteryhmänä tulee olemaan korut eli eri materiaaleista valmistetut sormukset, rannekorut, kaulakorut, korvakorut yms. Korujen materiaaleina tulevat olemaan lähinnä hopea, lasi ja erilaiset ekologiset materiaalit kuten puu ja kierrätysmateriaali. Korujen osalta paikallisen osaamisen (Huittisissa ja muualla Satakunnassa muutama mielenkiintoinen korujen valmistaja) lisäksi hyödynnetään osaamista muuallakin Suomessa. Esimerkiksi Lapissa on muutama mielenkiintoinen korujen valmistaja, jotka käyttävät materiaaleina mm. luuta ja korujen aiheina ovat Lapin luonto ja kulttuuri. Verkkokaupassa korut jaotellaan tuotepuussa sekä materiaalin että käyttötarkoituksen mukaan.

Kolmantena merkittävänä tuoteryhmänä tulee olemaan villasta tehdyt neuleet, joiden alaryhmiä ovat edelleen mm. pipot, sukat, käsineet, paidat, housut ja koristeet. Neuleiden osalta hyödynnetään ennen kaikkea vaimon osaamista ja harrastusta, mutta myös muilta toimittajilta voidaan näitäkin tuotteita hankkia. Etenkin hieman erikoisemmille ja vaativammille neuleille voi löytyä kysyntää kuten kokonaisille asusteille. Toisena mielenkiintoisena vaihtoehtona on kes-

kittyä esimerkiksi vauvoille ja lapsille tehtyihin neuleisiin, koska ne ovat hyviä ja suosittuja lahjoja eri tilanteisiin.

Verkkokaupan asiakasryhminä tulevat olemaan 20–50-vuotiaat suomalaiset naiset ja miehet sekä omana ryhmänä hieman varakkaammat henkilöt. Tavallisia lompakoita, neuleita, laukkuja yms. myydään ihan normaaleille suomalaisille netin käyttäjille, jotka ovat tottuneet ostamaan säännöllisesti netistä tarvaa tarpeen ilmaantuessa. Varakkaimmille henkilöille myydään hieman erikoisempia ja kalliimpia tuotteita, joita löytyy periaatteessa kaikista tuoteryhmistä mutta etenkin koruista.

6.4 Yritysmuodon valinta, rahoitus ja jatkotoimet

Yritysmuotona tulee todennäköisesti olemaan toiminimi. Toiminimen puolesta puhuu toiminnan helppo aloittaminen, lopettaminen ja vähäisemmät pääomat joita tarvitaan. Muita mahdollisia yritysmuotoja ovat lähinnä kommandiittiyhtiö ja osakeyhtiö ja nämä tulevat kysymykseen etenkin silloin, jos ulkopuolista sijoitusta yritykseen saadaan. Etenkin osakeyhtiö olisi varteenotettava vaihtoehto taloudellisen vastuun rajoittumisesta pelkästään sijoitettuun pääomaan.

Rahoituksen järjestäminen tulevalle yritykselle onkin yksi avainkysymyksistä. Pelkästään toiminimelläkin toimimiseen tarvitaan joko nopeaa tulo-rahoitusta tai riittävää alkupääomaa esimerkiksi pankkilainana, sillä erilaisia kustannuksia tulee joka tapauksessa tuhansia euroja pelkästään tarvittavista vakuutuksista. Vaihtoehtona pankkilainalle ovat muiden sijoitukset yritykseen eli sijoitusosuus osakeyhtiöstä tai äänettömän yhtiömiehen sijoitus kommandiittiyhtiössä.

Yhtenä tärkeimpänä jatkotoimena tulee olemaan yritysneuvontaan hakeutuminen esimerkiksi uusyrityskeskukseen. Yritysneuvojan avulla viimeistellään liiketoimintasuunnitelma ja siihen liittyvät laskelmat sekä ennen kaikkea mietitään mahdollisia rahoitusvaihtoehtoja. Perustamiseen liittyvät viralliset toimenpiteet puolestaan ovat kohtuullisen helppoja kuten vaikkapa perustamisilmoituksen täyttäminen ja lähettäminen PRH:lle.

6.5 Toimitilat, sijainti ja markkina-alue

Yritykselle ei olla alkuvaiheessa hankkimassa erillisiä toimitiloja vaan toimintaa pyöritetään kotoa käsin eli yritys sijaitsee Huittisissa. Syynä on ylimääräisten kustannusten välttäminen sekä verkkokaupan pienimuotoisuus ainakin alkuvaiheessa. Toiminnan laajentuessa erilliset toimitilat hankitaan tai vuokrataan tarpeen mukaan.

Asiantuntijapalveluiden markkina-alueena tulee olemaan ensisijaisesti Satakunta, Pirkanmaa, Kanta-Häme ja Varsinais-Suomi. Satunnaisesti palveluja voidaan myydä myös muualle etenkin niitä, joissa ei ole suurta vaatimusta

tehdä töitä asiakasyrityksen tiloissa. Asiantuntijapalveluiden markkina-alueen rajaamisen lähialueen maakuntiin puolesta puhuu sekin, että alueella on löydettävissä runsaasti potentiaalisia yrityksiä kuten vaikkapa kemianteollisuuden yrityksiä.

Verkkokaupan puolelle markkina-alue ei ole läheskään näin rajattu vaan alkuvaiheessa se on koko Suomi. Verkkokaupankäynti mahdollistaa markkina-alueeksi periaatteessa koko maailman. Yrityksen yhtenä ideana on suomalaisten tuotteiden ja työn edistäminen ja siksi on luonnollista, että jatkossa markkina-aluetta laajennetaan hallitusti myös ulkomaille.

6.6 Tarvittavat palvelut ja vakuutukset

Ulkopuolisilta hankittavia palveluita ovat luonnollisesti ainakin pankki- ja vakuutuspalvelut. Kirjanpito annetaan luotettavan tilitoimiston tehtäväksi, joka on tärkeä kumppani myös tilinpäätöksen ja veroasioiden suunnittelussa. Tarvittavia vakuutuksia ovat ainakin toiminnan vastuuvakuutus, YEL-vakuutus, tuotevastuuvakuutus ja oikeusturvavakuutus. Vakuutustarve käydään tarkemmin läpi vakuutusyhtiön kanssa.

Yksi merkittävä ulkopuolinen palvelu on sopivan verkkokaupparatkaisun hankkiminen. Verkkokauppa hankitaan ns. Saas-ratkaisuna (software as a service) eli toimittaja ylläpitää ohjelmistoa, palvelimia yms. ja asiakas hoitaa kaupan taustahallinnan ja pyörittämisen web-selaimen kautta. Tämä mahdollistaa sen, että verkkokaupan pitäjältä ei vaadita syvällistä teknistä osaamista esimerkiksi ohjelmoinnista tai internetin protokollista.

7 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää yrityksen perustamiseen liittyviä asioita ja etenkin niiden merkitystä oman perustettavan yrityksen kohdalla. Työn tärkeimpinä tuloksina voidaan pitää liiketoimintasuunnitelman laatimista perustettavalla yritykselle ja sopivan verkkokauppasovelluksen valintaa. Työn aikana määriteltiin perustettavan yrityksen kannalta tärkeimmät asiat kuten tarjottavat palvelut ja tuotteet, asiakasryhmät, markkina-alue ja tärkeimmät yhteistyökumppanit eli työn voidaan katsoa onnistuneen varsin hyvin.

Työn merkittävimpana yksittäisenä tuloksena voidaan pitää verkkokauppasovelluksen vertailua ja sopivan sovelluksen valintaa omaan tarpeeseen. Vertailun tulos oli pieni yllätys, sillä ilmaisohjelma Wosbee voitti kaupalliset kilpailijansa. Huomionarvoista on etenkin se, että voiton taustalla ei ollut pelkästään hinta vaan lähes vastaavat ominaisuudet muillakin osa-alueilla kuin kilpailijoilla.

Perustettavan yrityksen menestys vaatii paljon työtä molemmilla liiketoiminta-alueilla. Esimerkiksi verkkokaupan puolelle erityisen tärkeää tulee olemaan hakukoneoptimointi, kattava tuotevalikoima, hyvä ulkoasu sekä erottautuminen kilpailijoista. Asiantuntijapalveluiden puolella markkinoilla on paljon potentiaalisia asiakkaita, joiden kohdalla erityisen tärkeää tulee olemaan palvelujen tuotteistus ja niiden hyötyjen perustelu asiakkaille. Työ itsessään on vasta ensimmäinen vaihe lopullisesta tavoitteesta eli menestyvän yrityksen perustamisessa, mutta se antaa hyvän pohjan jatkotoimia varten.

LÄHTEET

Avaa oma verkkokauppa ilmaiseksi. 8.7.2008. Smilehouse Oy. Viitattu 19.1.2012.

<http://wosbee.com/node/1017>

Etämyynti. n.d. Luottokunta. Viitattu 9.1.2012.

http://www.luottokunta.fi/fi/vastaanottopalvelut/verkko_ja_muu_etakauppa

eStandard. n.d. Luottokunta. Viitattu 9.1.2012.

http://www.luottokunta.fi/fi/vastaanottopalvelut/verkko_ja_muu_etakauppa/luottokunta_emaksupalvelu/estandard

Hinnasto. n.d. Checkout Finland Oy. Viitattu 9.1.2012.

<http://checkout.fi/home/yritysasiakkaat/hinnasto.html>

Hinnasto-Kotisivukone. 2012. Ideakone Oy. Viitattu 25.1.2012.

<http://www.kotisivukone.fi/hinnasto/>

Ideakone lyhyesti. n.d. Ideakone Oy. Viitattu 17.1.2012.

<http://www.ideakone.fi/yritys/160>

Ilmoniemi, M., Järvensivu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, P.& Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki:Talentum

Kuluttajille. n.d. Suomen Maksaturva Oy. Viitattu 9.1.2012.

<https://www.maksaturva.fi/palvelut/kuluttajille.html>

Lisäpalvelut. n.d. Suomen Valmispalvelut Oy. Viitattu 12.1.2012.

<http://valmiskauppa.fi/toteutuspalvelut/>

Luottokunnan tilitysajat ja hinnasto. n.d. Luottokunta. Viitattu 9.1.2012.

<http://www.luottokunta.fi/portal/page/portal/fi/liitetiedostot/6%202-DX%20DMP%20hinnasto%2001022011%20lukien.pdf>

Maksutavat ja ominaisuudet. n.d. Suomen Verkkomaksut Oy. Viitattu 9.1.2012.

<http://www.verkkomaksut.fi/palvelut/maksupalvelu/maksutavat-ja-ominaisuudet/>

Maksaturva Basic Payment Service. n.d. Suomen Maksaturva Oy. Viitattu 9.1.2012.

https://www.maksaturva.fi/palvelut/basic_fi.html

Maksaturva Gold Payment Service. n.d. Suomen Maksaturva Oy. Viitattu 9.1.2012.

https://www.maksuturva.fi/palvelut/gold_fi.html

Miksi Everyday-verkkomaksu. n.d. OPR-Vakuus Oy. Viitattu 9.1.2012
<http://www.everyday.fi/verkkomaksu/kauppiaalle.php>

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustajan käsikirja. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava Oy

Verkkokaupparatkaisu. 2012. Ideakone Oy. Viitattu 25.1.2012.
<http://www.kotisivukone.fi/verkkokaupparatkaisu>

Omaverkkokaupan ominaisuudet. n.d. Vilkas Group Oy. Viitattu 9.1.2012.
<http://www.vilkas.fi/Tuotteet/Omaverkkokaupan-ominaisuudet>

Palveluhinnasto. n.d. Suomen Verkkomaksut Oy. Viitattu 9.1.2012.
<http://www.verkkomaksut.fi/palvelut/palveluhinnasto/>

Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2011. 2011. Suomen Uusyrityskeskukset ry. Viitattu 15.11.2011.
http://www.uusyrityskeskus.fi/sites/uusyrityskeskus.molentum.fi/files/perustamisopas_2011_uyk.pdf

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2011.Tiedote 196/2011. Vuoden 2012 työeläkevakuutusmaksut vahvistettu. Viitattu 23.11.2011.
<http://www.stm.fi/tiedotteet/tiedote/view/1571586>

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2011. Yritysrekisterin vuositilasto 2010. Viitattu 28.11.2011.
http://www.tilastokeskus.fi/til/syr/2010/syr_2010_2011-11-25_tie_001_fi.html

Tee verkkokaupastasi totta. n.d. Vilkas Group Oy. Viitattu 9.1.2012.
http://www.vilkas.fi/epages/VilkasStore.sf/fi_FI/?ObjectPath=/Shops/VilkasStore/Categories/Tuotteet/Hinnoittelu

Ulkoinen yrittäjyys. 2010. Yrittäjyyskasvatuksen virtuaalinen oppimisympäristö. Viitattu 8.11.2011.
http://www.yvi.fi/sanakirja/u/ulkoinen_yritt%C3%A4jyys

Valmiskaupan paketit. n.d. Suomen Valmispalvelut Oy. Viitattu 12.1.2012
<http://valmiskauppa.fi/hinta/>

Valmiskauppa kestää vertailun. n.d. Suomen Valmispalvelut Oy. Viitattu 12.1.2012.
<http://valmiskauppa.fi/vertaile/>

Valmiskauppa tekee verkkokaupan n.d. Suomen Valmispalvelut Oy. Viitattu 12.1.2012.

<http://valmiskauppa.fi/valmiskauppa/>

Valtiovarainministeriö. 2011. Veroratkaisut 2012 talousarvioesityksessä. Viitattu 22.11.2011.

http://www.vm.fi/vm/fi/03_tiedotteet_ja_puheet/01_tiedotteet/20111005Verora/name.jsp

Varma. 2011. Sosiaaliturvamaksut ja rajamäärät.

<https://www.varma.fi/fi/pdfdocuments/anonymous/liitteet/yrittajayritys/maksutrajamaarat.pdf>

Vehmas, S. 2008. Perusta menestyvä verkkokauppa. Porvoo: WS Bookwell

Vertaile eri paketteja. n.d. Suomen Valmispalvelut Oy. Viitattu 12.1.2012.

<http://valmiskauppa.fi/vertaile-paketteja/>

Verkkokaupan domain ja sähköpostit. Vilkas Group Oy. Viitattu 9.1.2012.

http://www.vilkas.fi/epages/VilkasStore.sf/fi_FI/?ObjectPath=/Shops/VilkasStore/Categories/Palvelut/Domain-ja-sahkoposti

Vilkas Group Oy. n.d. Vilkas Group Oy. Viitattu 9.1.2012.

http://www.vilkas.fi/epages/VilkasStore.sf/fi_FI/?ObjectPath=/Shops/VilkasStore/Categories/Yritys/Vilkas-Group

Wosbee upgraded to version 1.13.2. 24.3.2011. Viitattu 20.1.2012

<http://wosbee.com/node/1997>

Wosbee and Wosbee Premium features. 27.8.2008. Smilehouse Oy. Viitattu 19.1.2012.

<http://wosbee.com/features>

Wuorinen, J. n.d. Sisäinen yrittäjä yritystoiminnan näkökulmasta. Viitattu 8.11.2011.

http://www.yrittajyyskasvatus.net/koulutus_1.htm

Yleistä palvelusta. n.d. Suomen Maksuturva Oy. Viitattu 26.1.2012.

<http://www.emaksut.fi/palvelu>